



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

#### **TRABAJO DE GRADO**

##### **TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE  
UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE CONFECCIÓN  
DE PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE  
ATUNTAQUI PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

**AUTORA:** Verónica Patricia Vallejos Posso

**DIRECTOR:** Ing. Walter Jácome V. PhD.

**IBARRA, JULIO, 2013**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente estudio tiene como finalidad determinar la factibilidad para la creación de una microempresa de servicios de confección de prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui provincia de Imbabura. Efectuada la investigación se ha establecido los siguientes hallazgos, que permitirán tomar las decisiones más adecuadas para la gestión del emprendimiento. Con el Diagnóstico Situacional se caracterizó el sector donde se implementará la microempresa, el cual presenta las condiciones favorables para llevar a cabo el proyecto, entre las que se puede mencionar, se encuentra: la zona es eminentemente textilera, con una población que posee experiencia en la actividad, las empresas de la ciudad dedicadas a la producción de prendas de vestir contratan servicios de confección en forma regular para poder alcanzar los niveles de producción adecuados que puedan atender a la alta demanda que existe por los productos tanto a nivel local como nacional. Con el desarrollo del Marco Teórico se contextualizó los términos más importantes para el desarrollo del proyecto. Efectuado el Estudio de Mercado se identificó que las empresas del sector textil buscan cada vez más los servicios de confección, con respecto a la oferta dentro de la ciudad es mínima, no cubre la alta demanda que existe por el servicio. Con el Estudio Técnico se determinó que Calle Juan Velazco y 2 de marzo es el lugar estratégico para ubicar a la futura microempresa, porque se encuentra en un sector que posee todos los servicios básicos para el buen desempeño de las actividades productivas. El análisis del estudio financiero permitió conocer los ingresos que generará la actividad, siendo estos adecuados para respaldar la inversión inicial, aplicando los evaluadores financieros que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo se demostró la factibilidad del proyecto. En la parte organizativa se estableció un modelo administrativo con el que la microempresa contará para el buen manejo de sus recursos tanto materiales como humanos. De la evaluación de los Impactos se puede decir que los efectos que generará la gestión de la microempresa son positivos.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

The present study aims to determine the feasibility of creating a micro-manufacturing services for apparel Atuntaqui City Imbabura Province. Conducted research has established the following findings, to make the right decisions for the management of the enterprise. With the Situational Diagnosis characterized the sector where microenterprise implemented , which presents favorable conditions to carry out the project, among which may be mentioned are : the area is predominantly textile , with a population that has experience in activity, city companies engaged in the production of clothing contract manufacturing services on a regular basis in order to achieve adequate production levels that can deal with the high demand for the product exists both locally and nationally. With the development of the theoretical framework was contextualized key terms for the development of the project. Done Market Study identified that the textile companies are increasingly seeking the services of clothing, with respect to the offer within the city is minimal, does not cover the high demand that exists for the service. With the Technical Study found that Calle Juan Velazco and March 2 is the strategic place to locate micro future, because it is in a sector that has all the basic facilities for the proper performance of production activities. The financial analysis study allowed us to know the revenue that will generate activity, these being adequate to support the initial investment, financial evaluated applied taking into account the value of money over time demonstrated the feasibility of the project. In the organizational management model was established by which the micro will for the good management of its material and human resources. The assessment of impacts can be said that the effects will generate micro management are positive.

## **AUTORÍA**

Yo, **Verónica Patricia Vallejos Posso**, portadora de la cédula de ciudadanía **No. 1003424494**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información




.....  
**Verónica Patricia Vallejos Posso**  
**1003424494**

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Verónica Patricia Vallejos Posso**, con cédula de identidad No. **1003424494** para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA. cuyo tema es “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI PROVINCIA DE IMBABURA**”, considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 26 días del mes de julio de 2013.

Firma  
  
.....  
ING. WALTER JÁCOME V. PhD.  
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, **Verónica Patricia Vallejos Posso**, con cédula de identidad **No. 1003424494**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI PROVINCIA DE IMBABURA”**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

  
.....  
**Verónica Patricia Vallejos Posso**  
**1003424494**

Ibarra a los 26 días del mes de julio de 2013



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**

**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1003424494		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Vallejos Posso Verónica Patricia		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Ciudad de Atuntaqui		
<b>EMAIL:</b>	vero-vallejos0531@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062908138	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0984914588
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI PROVINCIA DE IMBABURA”		
<b>AUTORA :</b>	Verónica Patricia Vallejos Posso		
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2013/26/07		
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>			

<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	<b>INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.</b>
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	<b>ING. WALTER JÁCOME V. PhD.</b>

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Verónica Patricia Vallejos Posso, con cédula de identidad No. 1003424494, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 26 días del mes de julio de 2013

**EL AUTOR:**

**ACEPTACIÓN:**

  
 Verónica Patricia Vallejos Posso  
 1003424494

(Firma).....

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario



## **DEDICATORIA**

*A mi Abuelita Laura María Pozo (+), quien siempre estuvo involucrada en mis estudios desde pequeña y siempre soñaba verme como toda una profesional, gracias abuelita por creer en mí, por haberme apoyado en todo momento, con tus palabras de aliento, con tus consejos, tus valores, por la motivación que día a día me brindaste, permitiéndome ser una persona de bien, por haber sido mi apoyo constante en mi vida universitaria, pero más que nada, por brindarme tu amor incondicional no solo como abuela sino como una madre, porque eso es lo que fuiste para mí, gracias abuela, y sé que desde donde estas siempre me enviarás tus bendiciones y más que nada sé que te sientes orgullosa de mí porque con este trabajo de grado estoy culminando mi meta profesional que siempre soñaste para mí y te hubiese gustado compartir a mi lado.....*

**GRACIAS ABUELITA**

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco:*

*A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón en los momentos de dolor e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.*

*A mi Abuelito Luis Fernando Vallejos, por haber sido una guía a lo largo de mi vida, por quererme y apoyarme siempre.*

*A mi Madre Guadalupe Vallejos, por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaste y brindaste tu ayuda para con mis hijos. Mamá gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto te lo debo a ti.*

*A mis hijos Estefany y Alexis, quienes han sido mi fuente de inspiración y superación constante y por la satisfacción que me crea el recordar el compromiso que tengo para con ellos de superarme para brindarles un mejor porvenir.*

*Mis hermanos, Juan Carlos y Luis Fernando, por estar conmigo y apoyarme siempre, los quiero mucho.*

*Mis sobrinos Juan Francisco y Nayeli, para que vean en mí un ejemplo de superación.*

*Mis tías y tíos, a todos aquellos que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final.*

*Finalmente a los maestros, aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario, y que me ayudaron en asesorías y dudas presentadas en la elaboración de la tesis.*

*¡Gracias a todos ustedes!*

## **PRESENTACIÓN**

El objetivo de la presente investigación es realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa de confección de prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui; varias y minuciosas investigaciones, cálculos y referencias de técnicos, se realizaron para definir el monto de la inversión que se necesitará para realizar este proyecto. Al cual se ha procedido a segmentarlo en capítulos para su mejor comprensión.

**CAPÍTULO I:** Se realizó un diagnostico situacional que tiene como finalidad, conocer el entorno interno y externo en el que se va a desarrollar la microempresa, para determinar los aliados, oponentes, oportunidades, riesgos y finalmente poder plantear la oportunidad de inversión.

**CAPÍTULO II:** El segundo capítulo tiene el objetivo de dar a conocer los aspectos teóricos y científicos, que son considerados en la microempresa de servicios de confección, los cuales sustentan la realización y ejecución del mismo, a través de documentos y bibliografía actualizados.

**CAPÍTULO III:** Se realizó un estudio de mercado, en la cual se determinó la demanda y oferta del proyecto con el objetivo de establecer si existe demanda potencial a satisfacer, factor vital para el desarrollo del mismo.

**CAPÍTULO IV.** Se realizó un análisis sobre el aspecto técnico operativo, es decir sobre el funcionamiento y la operatividad de la nueva microempresa, estableciendo factores determinantes del tamaño, localización, equipo - maquinaria, insumos, mano de obra, y la ingeniería del proyecto.

**CAPÍTULO V.** Se efectuó un estudio financiero, que es una de las partes más importantes para el desarrollo y ejecución del proyecto, permitiendo determinar, si la inversión es factible o no.

**CAPÍTULO VI.** Se determinó la razón social de la microempresa, su constitución, la base filosófica y su organización.

**CAPÍTULO VII.** Se efectuó el análisis de los impactos que se presentan en la ejecución del proyecto los cuales son: impacto socioeconómico, empresarial, ambiental y general

Finalmente luego de haber realizado el estudio del proyecto se llegan a establecer las respectivas conclusiones y recomendaciones generales del proyecto en base a los resultados obtenidos.

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA	iv
CESIÓN DE DERECHOS	v
CERTIFICACIÓN	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
INDICE GENERAL	xiii
INDICE DE CUADROS	xx
INDICE DE GRÁFICOS	xxv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxvii
INTRODUCCIÓN	xxviii
JUSTIFICACIÓN	xxix
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxx

## CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	31
Objetivos del diagnóstico	
General	
Específicos	
Variables	32
Indicadores	
Aspecto socioeconómico	
Producción textil de Antonio Ante	
Comercialización de la producción textil	33
Rentabilidad de la actividad textil	
Talento humano	
Aspectos legales de la industria textil	
Matriz de Relación Diagnóstica	
Mecánica Operativa del Diagnóstico	36

Identificación de la Población	
Diseño de Instrumentos de Investigación	37
Análisis de las Variables Diagnósticas	
Socioeconómico	
Actividades económicas	47
Población económicamente activa	50
Encuesta dirigida a dueños de empresas textiles	52
Determinación Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos	71
Aliados	
Oponentes	
Oportunidades	
Riesgos	
Identificación de la Oportunidad de Inversión	72

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Microempresa	73
Objetivos de la microempresa	
Características generales	74
Ventajas de la microempresa	75
Desventajas de la microempresa	
Clasificación de la microempresa	76
Aspectos legales para la creación de la microempresa	
La administración	77
Objetivos de la administración	78
Proceso administrativo	
Niveles administrativos	79
Planificación estratégica	80
Objetivos estratégicos	81
Tipos de estrategias	
Políticas	83
Características de las políticas	

Metas	84
Las metas son importantes en la vida de las personas porque	
Aspectos del mercado	
Estudio de mercado	85
Mercado meta	86
Proyección de la Demanda	
Proyección de la Oferta	
Producto	87
Precio	
Promoción	
Distribución	88
El servicio	
Características de los servicios	89
Aspectos técnicos	90
Macro localización del proyecto	
Micro localización del proyecto	
Ingeniería del proyecto	91
Diagrama de bloque	
Flujo grama de producción	92
Inversión	
Inversión variable	93
Control sustento tributario	94
Obligaciones tributarias	
Estados financieros	101
Estado de situación financiera	
Estado de resultados	102
Estado de flujo de caja	
Indicadores financieros	103
Financiamiento	
Valor actual neto (VAN)	
Tasa interna de retorno (TIR)	104
Periodo de oportunidad	

Punto de equilibrio	105
La confección	
Proceso de Confección	106
Nivel productivo del proceso de confección	

### **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Objetivos del estudio de mercado	108
Objetivo general	
Objetivos específicos	
Variables e indicadores	
Demanda	
Oferta	109
Precio	
Estrategias comerciales	
Matriz de relación diagnóstica	110
Mecánica operativa	112
Identificación de la población	
Fuentes de información	
Tabulación y análisis de la información	
Encuesta dirigida a las empresas que contratan servicios de confección de la ciudad de Atuntaqui	113
Encuesta dirigida a las unidades productivas que ofertan servicios de confección de la ciudad de Atuntaqui	129
Identificación del servicio	146
Mercado meta	147
Análisis de la demanda	
Identificación de la demanda actual	
Proyección de la demanda	150
Análisis de la oferta	151
Identificación de la oferta actual	
Proyección de la oferta	154



Demanda potencial a satisfacer	155
Demanda a captar por el proyecto	156
Análisis de precios	
Determinación de precios	
Proyección de precios	157
Estrategias de comercialización	
Canal de comercialización	
Estrategia de producto (servicio)	158
Estrategia de precio	
Estrategia de promoción y publicidad	159
Conclusiones del estudio de mercado	163

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

Localización óptima del proyecto	164
Macro localización	165
Micro localización	166
Tamaño del proyecto	168
Factores que determinantes del tamaño	
Capacidad del proyecto	172
Distribución del área física de la microempresa	
Diseño de la planta	173
Flujogramas	175
Flujograma operativo del servicio de confección	
Flujogramas de producción de las prendas de vestir	176
Presupuesto de inversiones	184
Inversiones fijas	
Capital de trabajo	186
Inversión inicial	187
Financiamiento del proyecto	
Requerimiento de talento humano	188

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

Ingresos	189
Proyección de ingresos	
Egresos	190
Costos de producción.	
Gastos administrativos	194
Gastos de ventas	196
Gastos financieros	197
Depreciación y amortización de diferidos	199
Gastos de estudios y constitución	
Resumen de costos y gastos	200
Estados financieros	
Estado de situación financiera	
Estado de resultados	201
Flujo de caja	
Evaluación de la inversión	202
Costo de oportunidad y tasa de rendimiento medio	
Valor actual neto.	
Tasa interna de retorno	203
Recuperación de la inversión	204
Beneficio costo.	
Punto de equilibrio	205
Resumen de evaluación de la inversión	207

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

Aspectos estratégicos	208
Nombre de la microempresa.	
Logotipo	
Misión	209
Visión	

Objetivos	209
Políticas de la microempresa	
Principios y valores	211
Aspecto organizacional	
Organigrama estructural	213
Identificación de puestos y funciones	214
Aspecto legal de funcionamiento	221
Constitución legal	
Permisos de funcionamiento	223

## **CAPÍTULO VII**

### **IMPACTOS**

Impactos del proyecto	226
Impacto socioeconómico	227
Impacto empresarial	229
Impacto comercial	231
Impacto ambiental	233
Impacto general	234
Conclusiones	235
Recomendaciones	236
Bibliografía	237
Lincografía	240
Anexos	242

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>No.</b>	<b>Pág.</b>
1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	34
2. POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI	38
3. POBLACIÓN CANTONAL	38
4. INSTITUCIONES PUBLICAS	39
5. ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS DEL CANTÓN	41
6. PROCEDENCIA ESTUDIANTES COLEGIOS	42
7. MATRICULA DE ALUMNOS EN EDUCACIÓN SUPERIOR	42
8. BECAS ESTUDIANTES CON DISCAPACIDAD DEL CANTÓN	43
9. NIVEL DE INSTRUCCIÓN SEGÚN RAMA DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS	44
10. GASTO CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN DEL PERSONAL	44
11. PROFESIONALES DE SALUD PÚBLICA DEL CANTÓN	45
12. NIÑOS DE 5 AÑOS QUE ASISTEN A SERVICIO DE DESARROLLO INFANTIL	46
13. SERVICIOS DE DESARROLLO INFANTIL DEL CANTÓN	46
14. PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS	47
15. PREDIOS RURALES EN ANTONIO ANTE	48
16. TALLERES TEXTILES	49
17. TIPO DE PRENDAS	52
18. DISEÑO DE PRODUCTOS	53
19. ORIGEN DE LOS MATERIALES	54
20. CONTROL DE CALIDAD	55
21. TIPO DE MERCADO	56
22. NIVEL DE PRODUCCIÓN	57
23. FINANCIAMIENTO	58
24. RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD	59
25. CANAL DE DISTRIBUCIÓN	60
26. PRECIO DEL PRODUCTO	61
27. CONTRATACIÓN DEL SERVICIO	62
28. TIPO DE PUBLICIDAD	63

<b>29. SELECCIÓN E INDUCCIÓN DEL PERSONAL</b>	<b>64</b>
<b>30. TALENTO HUMANO</b>	<b>65</b>
<b>31. FORMACIÓN ACADÉMICA</b>	<b>66</b>
<b>32. POLÍTICAS SALARIALES Y JORNADA LABORAL</b>	<b>67</b>
<b>33. ESTABILIDAD LABORAL</b>	<b>68</b>
<b>34. CAPACITACIÓN AL PERSONAL</b>	<b>69</b>
<b>35. SEGURIDAD LABORAL</b>	<b>70</b>
<b>36. IMPUESTOS A LA RENTA PARA EL AÑO 2012</b>	<b>97</b>
<b>37. MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>110</b>
<b>38. TIPO DE PRENDAS</b>	<b>113</b>
<b>39. CALIDAD DEL SERVICIO</b>	<b>114</b>
<b>40. MOTIVOS PARA CONTRATAR</b>	<b>115</b>
<b>41. OFERTANTE DEL SERVICIO</b>	<b>116</b>
<b>42. LUGAR DEL OFERTANTE</b>	<b>117</b>
<b>43. ASPECTOS PARA CONTRATAR</b>	<b>118</b>
<b>44. FRECUENCIA PARA CONTRATAR</b>	<b>119</b>
<b>45. CANTIDAD DE BLUSAS</b>	<b>120</b>
<b>46. CANTIDAD DE LEGGINS</b>	<b>121</b>
<b>47. CANTIDAD DE TERNO DE NIÑA</b>	<b>122</b>
<b>48. CANTIDAD DE VESTIDOS</b>	<b>123</b>
<b>49. CANTIDAD DE CALENTADORES</b>	<b>124</b>
<b>50. CANTIDAD DE TERNOS DE BAÑO</b>	<b>125</b>
<b>51. PRECIO DEL SERVICIO</b>	<b>126</b>
<b>52. CRECIMIENTO DE LAS VENTAS</b>	<b>127</b>
<b>53. MEDIO DE COMUNICACIÓN</b>	<b>128</b>
<b>54. TIEMPO EN LA ACTIVIDAD</b>	<b>129</b>
<b>55. RENTABILIDAD</b>	<b>130</b>
<b>56. RAZONES POR LA ACTIVIDAD</b>	<b>131</b>
<b>57. TIPO DE PRENDA</b>	<b>132</b>
<b>58. FRECUENCIA</b>	<b>133</b>
<b>59. BLUSAS</b>	<b>134</b>
<b>60. LEGGINS</b>	<b>135</b>

<b>61. TERNOS DE NIÑA</b>	<b>136</b>
<b>62. VESTIDOS</b>	<b>137</b>
<b>63. CALENTADORES</b>	<b>138</b>
<b>64. TERNOS DE BAÑO</b>	<b>139</b>
<b>65. PRECIO DEL SERVICIO</b>	<b>140</b>
<b>66. TIPO DE CAPITAL</b>	<b>141</b>
<b>67. TALENTO HUMANO</b>	<b>142</b>
<b>68. NÚMERO DE EMPLEADOS</b>	<b>143</b>
<b>69. TIPO DE MAQUINARIA</b>	<b>144</b>
<b>70. MEDIO DE COMUNICACIÓN</b>	<b>145</b>
<b>71. DEMANDA DE BLUSAS EN NO. DE DOCENAS</b>	<b>148</b>
<b>72. DEMANDA DE LEGGINS EN NO. DE DOCENAS</b>	<b>148</b>
<b>73. DEMANDA DE TERNOS DE NIÑA EN NO. DE DOCENAS</b>	<b>148</b>
<b>74. DEMANDA DE VESTIDOS EN NO. DE DOCENAS</b>	<b>149</b>
<b>75. DEMANDA DE CALENTADORES NO. DE DOCENAS</b>	<b>149</b>
<b>76. DEMANDA DE TERNOS DE BAÑO EN NO. DE DOCENAS</b>	<b>149</b>
<b>77. RESUMEN DE LA DEMANDA ANUAL DE DOCENAS</b>	<b>150</b>
<b>78. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA</b>	<b>151</b>
<b>79. OFERTA DE BLUSAS EN NO. DE DOCENAS</b>	<b>152</b>
<b>80. OFERTA DE LEGGINS EN NO. DE DOCENAS</b>	<b>152</b>
<b>81. OFERTA DE TERNOS DE NIÑA EN NO. DE DOCENAS</b>	<b>152</b>
<b>82. OFERTA DE VESTIDOS EN NO. DE DOCENAS</b>	<b>153</b>
<b>83. OFERTA DE CALENTADORES EN NO. DE DOCENAS</b>	<b>153</b>
<b>84. OFERTA DE TERNOS DE BAÑO EN NO. DE DOCENAS</b>	<b>153</b>
<b>85. RESUMEN DE LA OFERTA ANUAL EN NO. DE DOCENAS</b>	<b>154</b>
<b>86. PROYECCIÓN DE LA OFERTA</b>	<b>154</b>
<b>87. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER</b>	<b>155</b>
<b>88. DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO</b>	<b>156</b>
<b>89. DETERMINACIÓN DE PRECIOS</b>	<b>157</b>
<b>90. PROYECCIÓN DE PRECIOS</b>	<b>157</b>
<b>91. MATRIZ DE FUERZAS LOCACIONALES</b>	<b>167</b>
<b>92. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES</b>	<b>173</b>

<b>93. MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>184</b>
<b>94. MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>185</b>
<b>95. EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>	<b>185</b>
<b>96. EQUIPO DE OFICINA</b>	<b>186</b>
<b>97. RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS</b>	<b>186</b>
<b>98. CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>186</b>
<b>99. INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>187</b>
<b>100. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>	<b>188</b>
<b>101. REQUERIMIENTO DEL TALENTO HUMANO</b>	<b>188</b>
<b>102. PROYECCIÓN DE INGRESOS</b>	<b>189</b>
<b>103. SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL</b>	<b>191</b>
<b>104. PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA</b>	<b>191</b>
<b>105. COSTO DE INSUMOS</b>	<b>192</b>
<b>106. MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN</b>	<b>193</b>
<b>107. SERVICIOS BÁSICOS</b>	<b>193</b>
<b>108. MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA</b>	<b>193</b>
<b>109. RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>193</b>
<b>110. SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL</b>	<b>194</b>
<b>111. PROYECCIÓN DEL COSTO</b>	
<b>TOTAL DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>194</b>
<b>112. ARRIENDOS</b>	<b>195</b>
<b>113. SERVICIOS DE COMUNICACIÓN</b>	<b>195</b>
<b>114. SUMINISTROS DE OFICINA</b>	<b>195</b>
<b>115. MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>	<b>196</b>
<b>116. RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>196</b>
<b>117. PUBLICIDAD</b>	<b>196</b>
<b>118. RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS</b>	<b>197</b>
<b>119. DATOS DEL PRÉSTAMO</b>	<b>197</b>
<b>120. TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>	<b>197</b>
<b>121. GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>199</b>
<b>122. DEPRECIACIÓN</b>	<b>199</b>
<b>123. GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	<b>199</b>

<b>124. RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS</b>	<b>200</b>
<b>125. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>	<b>200</b>
<b>126. ESTADO DE RESULTADOS</b>	<b>201</b>
<b>127. FLUJO DE CAJA</b>	<b>201</b>
<b>128. COSTOS DE OPORTUNIDAD</b>	<b>202</b>
<b>129. VALOR ACTUAL NETO</b>	<b>202</b>
<b>130. TASA INTERNA DE RETORNO</b>	<b>203</b>
<b>131. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</b>	<b>204</b>
<b>132. BENEFICIO COSTO</b>	<b>204</b>
<b>133. DETERMINACIÓN DE COSTOS</b>	<b>205</b>
<b>134. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>206</b>
<b>135. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN</b>	<b>207</b>
<b>136. MATRIZ DE EVALUACIÓN</b>	<b>226</b>
<b>137. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO</b>	<b>227</b>
<b>138. IMPACTO EMPRESARIAL</b>	<b>229</b>
<b>139. IMPACTO COMERCIAL</b>	<b>231</b>
<b>140. IMPACTO AMBIENTAL</b>	<b>233</b>
<b>141. IMPACTO GENERAL</b>	<b>234</b>



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>No.</b>	<b>Pág.</b>
1. POBLACIÓN POR GENERO	38
2. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA PROVINCIAL	51
3. PEA OCUPADO, REMUNERADO Y NO REMUNERADO	51
4. TIPO DE PRENDAS	52
5. DISEÑO DE PRODUCTOS	53
6. ORIGEN DE LOS MATERIALES	54
7. CONTROL DE CALIDAD	55
8. TIPO DE MERCADO	56
9. NIVEL DE PRODUCCIÓN	57
10. FINANCIAMIENTO	58
11. RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD	59
12. CANAL DE DISTRIBUCIÓN	60
13. PRECIO DEL PRODUCTO	61
14. CONTRATACIÓN DEL SERVICIO	62
15. TIPO DE PUBLICIDAD	63
16. SELECCIÓN E INDUCCIÓN DEL PERSONAL	64
17. TALENTO HUMANO	65
18. FORMACIÓN ACADÉMICA	66
19. POLÍTICAS SALARIALES Y JORNADA LABORAL	67
20. ESTABILIDAD LABORAL	68
21. CAPACITACIÓN AL PERSONAL	69
22. SEGURIDAD LABORAL	70
23. TIPO DE PRENDAS	113
24. CALIDAD DEL SERVICIO	114
25. MOTIVOS PARA CONTRATAR	115
26. OFERTANTE DEL SERVICIO	116
27. LUGAR DEL OFERTANTE	117
28. ASPECTOS PARA CONTRATAR	118
29. FRECUENCIA PARA CONTRATAR	119
30. CANTIDAD DE BLUSAS	120

<b>31. CANTIDAD DE LEGGINS</b>	<b>121</b>
<b>32. CANTIDAD DE TERNO DE NIÑA</b>	<b>122</b>
<b>33. CANTIDAD DE VESTIDOS</b>	<b>123</b>
<b>34. CANTIDAD DE CALENTADORES</b>	<b>124</b>
<b>35. CANTIDAD DE TERNOS DE BAÑO</b>	<b>125</b>
<b>36. PRECIO DEL SERVICIO</b>	<b>126</b>
<b>37. CRECIMIENTO DE LAS VENTAS</b>	<b>127</b>
<b>38. MEDIO DE COMUNICACIÓN</b>	<b>128</b>
<b>39. TIEMPO EN LA ACTIVIDAD</b>	<b>129</b>
<b>40. RENTABILIDAD</b>	<b>130</b>
<b>41. RAZONES POR LA ACTIVIDAD</b>	<b>131</b>
<b>42. TIPO DE PRENDA</b>	<b>132</b>
<b>43. FRECUENCIA</b>	<b>133</b>
<b>44. BLUSAS</b>	<b>134</b>
<b>45. LEGGINS</b>	<b>135</b>
<b>46. TERNOS DE NIÑA</b>	<b>136</b>
<b>47. VESTIDOS</b>	<b>137</b>
<b>48. CALENTADORES</b>	<b>138</b>
<b>49. TERNOS DE BAÑO</b>	<b>139</b>
<b>50. PRECIO DEL SERVICIO</b>	<b>140</b>
<b>51. TIPO DE CAPITAL</b>	<b>141</b>
<b>52. TALENTO HUMANO</b>	<b>142</b>
<b>53. NÚMERO DE EMPLEADOS</b>	<b>143</b>
<b>54. TIPO DE MAQUINARIA</b>	<b>144</b>
<b>55. MEDIO DE COMUNICACIÓN</b>	<b>145</b>

## ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

<b>No.</b>	<b>Pág.</b>
1. PROTOTIPO DE BLUSA	147
2. PROTOTIPO DE LEGGINS	147
3. PROTOTIPO DE TERNOS DE NIÑA	148
4. PROTOTIPO DE VESTIDOS	148
5. PROTOTIPO DE CALENTADORES	149
6. PROTOTIPO DE TERNOS DE BAÑO	149
7. DISEÑO PUBLICITARIO EN PRENSA	160
8. DISEÑO PUBLICITARIO EN RADIO	160
9. DISEÑO PUBLICITARIOS EN HOJAS VOLANTES	161
10. DISEÑO PUBLICITARIO EN PÁGINA WEB	162
11. MACROLOCALIZACION DEL PROYECTO	165
12. CROQUIS DE UBICACIÓN DEL PROYECTO	168
13. CARACTERÍSTICAS DE LAS MAQUINAS	170
14. DISEÑO DE LA PLANTA	174
15. LOGOTIPO	209

## **INTRODUCCIÓN**

### **ANTECEDENTES**

La Provincia de Imbabura se conforma de los siguientes cantones: Cotacachi, Pimampiro, Urcuquí, Ibarra, Otavalo y Antonio Ante. El Cantón Antonio Ante se encuentra ubicado al noreste de Imbabura, sus límites son al norte: Ibarra, sur: Otavalo, este: volcán Imbabura, oeste: Cotacachi y Urcuquí, cuenta con 43.518 habitantes. La principal actividad del Cantón Antonio Ante son los textiles y confecciones que ocupan un 27% del total de actividades que se desarrollan.

La industria especializada en la confección textil y tejidos se cimentó en los ochenta, cuando comenzaron a crearse microempresas por parte de empresarios jóvenes con mayor nivel educativo. Ellos mejoraron la tecnología y ampliaron los mercados.

Atuntaqui, desde el año 2000, comenzó a posicionarse a nivel nacional luego de impulsar una Expoferia que permitió mostrar su competitividad y por ende modernizar sus almacenes comerciales, mismas que en los últimos años han sido de gran trascendencia como son las expo ferias textiles que se realizan en las fiestas de cantonización el 12 de febrero; así como también las comparsas por año viejo el 31 de Diciembre, eventos que atraen a turistas tanto nacionales como extranjeros.

La rama textil-vestuario es la más significativa desde el punto de vista del desarrollo de la industria de la confección, al menos en sus primeras etapas.

Por lo que específicamente Atuntaqui dentro de los últimos años ha tenido un gran desarrollo industrial, llegando a mercados nacionales y extranjeros, captando de esta manera una gran demanda, misma que exige buscar nuevas formas de producción, con agilidad, calidad y

cantidad, es ahí donde se presenta la oportunidad de crear una microempresa de confección, misma que permitirá no solo incrementar sus stock sino que también elevará el nivel de empleo.

## **JUSTIFICACIÓN**

La microempresa de confección está encamina a la prestación de servicios de elaboración de prendas de vestir, se ha visto la necesidad de ofertar este servicio debido a que en la actualidad las grandes fábricas han captado gran número de pedidos mismos que su nivel de producción no les permite abastecer sus entregas, por la falta de mano de obra calificada, infraestructura, maquinaria, entre otras.

Este proyecto permitirá que los talleres y fábricas del sector cumplan a tiempo con sus pedidos, logrando mantener un nivel de stock más alto para enfrentar las grandes demandas que se presentan, como también para alcanzar nuevos mercados tanto nacionales como internacionales y de esta manera ser reconocidos a nivel mundial, por la calidad de sus productos.

Con el desarrollo del emprendimiento se beneficiarán tanto los talleres, fábricas, microempresa de confección , los moradores del sector e inversionista, ya que este proyecto está encaminado a cubrir una necesidad existente y que al mismo tiempo es generadora de ingresos; además, se mejorará el crecimiento competitivo industrial en la ciudad de Atuntaqui.

Con la implementación de la microempresa de confección de prendas de vestir se aprovechará las grandes oportunidades que existe para brindar el servicio, esto aportaría para que las fábricas alcancen los niveles de productividad deseados.

## **OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios de confección de prendas de vestir en la Ciudad de Atuntaqui  
Provincia de Imbabura

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROYECTO**

- Realizar un diagnóstico situacional externo del entorno del proyecto para identificar: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que puedan influenciar en el desarrollo del mismo.
- Elaborar un marco teórico que sustente el estudio mediante la investigación bibliográfica y documental.
- Efectuar un estudio de mercado para determinar la demanda, oferta, precio y comercialización del servicio de confección de prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui.
- Efectuar un estudio técnico para determinar, la localización, el tamaño, distribución de instalaciones, procesos, inversiones y talento humano, requeridos para la operación del proyecto.
- Realizar el estudio financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto, a través de criterios tales como: el VAN, TIR, C/B, PRI.
- Diseñar una propuesta organizacional de la microempresa para la operación de la misma.
- Determinar los principales impactos que generará la nueva unidad productiva.

# **CAPÍTULO I**

## **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

### **1.1. Antecedentes**

El presente diagnóstico situacional se efectuó con el propósito de conocer la situación actual del lugar donde se llevará a cabo el proyecto, como también se investigó el desenvolvimiento de la actividad textil de la ciudad de Atuntaqui, tomando en cuenta que todo proyecto es incluyente y por tratarse del tema de brindar servicios de confección de prendas de vestir; para lo cual se plantearon objetivos diagnósticos, variables e indicadores, reflejados en el matriz de relación diagnóstica. Las fuentes de información utilizadas permitieron recabar información actual y verídica, cuyos datos ayudaron para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto en su gestión.

### **1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

#### **1.2.1. GENERAL**

Realizar un diagnóstico situacional externo del entorno del proyecto para identificar, aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que puedan influenciar en el desarrollo del mismo.

#### **1.2.2. ESPECÍFICOS**

- Conocer el aspecto socioeconómico de cantón Antonio Ante, lugar donde se desarrollará el proyecto.
- Analizar los sistemas de producción de la industria textil del área en estudio.

- Investigar las formas de comercialización de la producción textil del Cantón.
- Establecer la rentabilidad de la actividad textilera de Antonio Ante.
- Identificar la calidad del talento humano que labora en el sector textil
- Conocer los aspectos legales que debe cumplir la industria textil para su desarrollo y funcionamiento.

### **1.3. VARIABLES**

- Aspecto socioeconómico
- Producción textil de Antonio ante
- Comercialización de la producción textil
- Rentabilidad de la actividad textil
- Talento humano
- Aspectos legales de la industria textil

### **1.4. INDICADORES**

#### **1.4.1. Aspecto socioeconómico**

- Densidad poblacional
- División política
- Educación
- Salud
- Servicios básicos
- Actividades económicas
- Población económicamente activa

#### **1.4.2. Producción textil de Antonio Ante**

- Tipo de prendas
- Diseño de productos



- Materiales
- Control de la calidad
- Nivel de producción
- Contratación del servicio

#### **1.4.3. Comercialización de la producción textil**

- Tipo de mercado
- Canales de distribución
- Tipo de publicidad

#### **1.4.4. Rentabilidad de la actividad textil**

- Financiamiento
- Rentabilidad
- Precios

#### **1.4.5. Talento humano**

- Experiencia
- Capacitación
- Formación académica
- Selección e inducción
- Estabilidad laboral

#### **1.4.6. Aspectos legales de la industria textil**

- Políticas salarial
- Jornada laboral
- Seguridad laboral
- Impuestos
- Ley de fomento de la pequeña industria
- Permisos de funcionamiento

### 1.5. Matriz de Relación Diagnóstica.- CUADRO No.1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TECNICA	INFORMANTE
Conocer el aspecto socioeconómico de cantón Antonio Ante, lugar donde se desarrollará el proyecto.	Aspecto socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Densidad poblacional</li> <li>• División política</li> <li>• Educación</li> <li>• Salud</li> <li>• Servicios básicos</li> <li>• Actividades económicas</li> <li>• Población económicamente activa</li> </ul>	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Ordenamiento territorial del Cantón Antonio Ante INEC
Analizar los sistemas de producción de la industria textil del área en estudio.	Producción textil de Antonio ante	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de prendas</li> <li>• Diseño de productos</li> <li>• Materiales</li> <li>• Control de la calidad</li> <li>• Nivel de producción</li> <li>• Contratación del servicio</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Empresas textiles
Investigar las formas de comercialización de la producción textil del Cantón.	Comercialización de la producción textil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de mercado</li> <li>• Canales de distribución</li> <li>• Tipo de publicidad</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Empresas textiles
Establecer la rentabilidad de la actividad textilera de Antoni Ante	Rentabilidad de la actividad textil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiamiento</li> <li>• Rentabilidad</li> <li>• Precios</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Empresas textiles

Identificar la calidad del talento humano que labora en el sector textil	Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia</li> <li>• Capacitación</li> <li>• Formación académica</li> <li>• Selección e inducción</li> <li>• Estabilidad laboral</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Empresas textiles
Conocer los aspectos legales que debe cumplir la industria textil para su desarrollo y funcionamiento	Aspectos legales de la industria textil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas salarial</li> <li>• Jornada laboral</li> <li>• Seguridad laboral</li> <li>• Impuestos</li> <li>• Ley de fomento de la pequeña industria</li> <li>• Permisos de funcionamiento</li> </ul>	Primaria Secundaria	Encuesta Bibliográfica	Empresas textiles Documentos oficiales

Elaborado por: La autora

## 1.6. Mecánica Operativa del Diagnóstico

Para realizar el diagnóstico se utilizó el siguiente procedimiento.

### 1.6.1. Identificación de la Población

La población objeto de estudio son las empresas textiles más representativas del Cantón Antonio Ante, siendo 138 empresas, datos proporcionados por la cámara de comercio de Antonio Ante.

#### Cálculo de la Muestra

Tomando en cuenta que la población conformada por las empresas es significativa se decidió realizar muestreo.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

$\sigma$  = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

#### Datos:

N = 138

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

e = 5%

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(138)}{(0,05)^2 (138 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = 102$$

Aplicando la fórmula, da como muestra a 102 empresas que deberán ser investigadas.

### **1.6.2. Diseño de Instrumentos de Investigación**

Para la realización del diagnóstico se aplicó las siguientes técnicas de investigación:

- **Información primaria**

**Encuesta:** esta técnica se aplicó a los dueños de las empresas más representativas del cantón Antonio Ante dedicadas a la actividad textil.

- **Información secundaria**

Para la recopilación de la información secundaria de aspectos relacionados con el presente trabajo, se utilizó las siguientes fuentes: Plan de Ordenamiento Territorio, documentos oficiales, INEC, e internet.

### **1.7. Análisis de las Variables Diagnósticas**

#### **1.7.1. Socioeconómico**

- **Densidad población**

Atuntaqui tiene una ubicación geográfica estratégica: a 120Km de Quito y a 120km de la frontera con Colombia; es la cabecera cantonal de Antonio Ante tiene 23.299 habitantes según el último censo del 2010, se

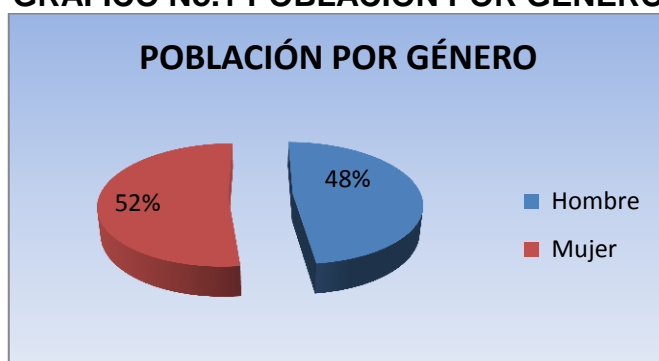
ubica al norte del Ecuador con una extensión de 83km<sup>2</sup> con dos parroquias urbanas y cuatro rurales.

### CUADRO No.2 POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI

Categorías	Casos	%	Acumulado %
Hombre	11.208	48, %	48, %
Mujer	12.091	52, %	100, %
<b>Total</b>	<b>23.299</b>	<b>100, %</b>	<b>100, %</b>

Fuente: INEC 2010

### GRÁFICO No.1 POBLACIÓN POR GÉNERO



Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora

La tasa de crecimiento poblacional es del 2,14%, frente al 2,29 nacional. Tiene la más alta densidad poblacional de la provincia.

### CUADRO No.3 POBLACION CANTONAL

POBLACIÓN CANTONAL POR PARROQUIAS SEGÚN SEXO				
PARROQUIAS /CANTÓN / PROVINCIA/PAÍS	HABIT	H %	M %	% DEL CANTÓN
PARROQUIA ATUNTAQUI - ANDRADE MARÍN	23.299	48,11	51,89	53,54
<b>CANTÓN URBANO</b>	<b>21.286</b>	<b>47,99</b>	<b>52,01</b>	<b>48,91</b>
IMBAYA	1.279	50,98	49,02	2,94
SAN FRANCISCO DE NATABUELA	5.651	48,12	51,88	12,99
SAN JOSÉ DE CHALTURA	3.147	47,76	52,24	7,23
SAN ROQUE	10.142	49,17	50,83	23,31
<b>CANTÓN RURAL</b>	<b>22.232</b>	<b>48,82</b>	<b>51,18</b>	<b>51,09</b>
<b>CANTÓN</b>	<b>43.518</b>	<b>48,41</b>	<b>51,59</b>	
<b>PROVINCIA</b>	<b>398.244</b>	<b>48,63</b>	<b>51,37</b>	<b>10,93</b>
<b>PAÍS</b>	<b>14.483.499</b>	<b>49,56</b>	<b>50,44</b>	<b>0,30</b>

Fuente: Inec CPV 2010. Elaboración PDOT 2011

- **División política**

Antonio Ante tiene 6 parroquias:

Atuntaqui (parroquia urbana - cabecera cantonal)

Imbaya

Natabuela

Chaltura

San Roque

Andrade Marín

Antonio Ante tiene un total de 56 instituciones públicas mayoritariamente son educativas entre ellas están jardines, centros de educación básica, colegios y la finca experimental de la Universidad Técnica del Norte ubicada en la parroquia de San José de Chaltura. Por otro lado existen las que tradicionalmente funcionan en un cantón, se destaca la presencia de la Junta Parroquial Urbana de Andrade Marín que ha funcionado a pesar de no tener una estructura jurídica ni un presupuesto, sin embargo ahora el COOTAD los reconoce como unidades básicas de participación ciudadana en los gobiernos autónomos descentralizados municipales o distritales. (Art. 306)

**CUADRO No.4 INSTITUCIONES PÚBLICAS**

<b>Institución</b>	<b>Número</b>
Instituciones educativas	31
Gobierno Parroquial	4
Unidad de Policía Comunitaria	4
Subcentro de Salud	4
Tenencia Política	4
Gobierno Municipal	1
Junta Parroquial Urbana	1
Registro Civil	1
Cuerpo de Bomberos	1
Comisaria Nacional	1
Corporación Nacional de Telecomunicaciones	1
Jefatura Política	1
Hospital	1
Destacamento Policía Nacional	1
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>

Fuente Instituciones públicas. Elaboración: PDOT 2011.

## **La ubicación**

El Cantón Antonio Ante está ubicado en el centro de la Provincia de Imbabura a 120 Km., al norte de la Capital del Ecuador, Quito.

## **Extensión territorial**

El Cantón es el de menor extensión territorial con 79km<sup>2</sup>, que significan el 1.8% de la Provincia, pero su población representa el 10.5% de Imbabura.

## **Limites**

Norte: Catón Ibarra

Sur: Cantón Otavalo

Este: El cerro Imbabura

Oeste: Cantón Cotacachi y Urcuquí

## **Clima**

El cantón Antonio Ante se encuentra altitudinalmente entre los 1880 hasta los 4560 metros sobre el nivel del mar; las parroquias rurales se encuentran en los rangos de 1800 hasta 4560 m.s.n.m., mientras que las parroquias urbanas se encuentran entre 2080 hasta 4080 m.s.n.m.

- **Educación**

## **Establecimientos educativos.**

En Antonio Ante existen 43 establecimientos educativos que corresponden a: 9 jardines (fiscales) además 4 que funcionan anexos a las escuelas, 24 escuelas: 21 fiscales (3 Bilingües en San Roque y 18 hispanas) y 3 particulares; 3 centros de formación artesanal fiscal y 7 colegios (6 fiscales y 1 particular, de los cuales uno es a distancia). El



41,86% de los establecimientos educativos se encuentran en Atuntaqui, mientras que en San Luis de Imbaya se encuentran apenas el 6,98%.

### **CUADRO No.5**

#### **ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS DEL CANTÓN**

ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS ANTONIO ANTE 2010 - 2011										
PARROQUIAS	JARDINES	%	ESCUELAS	%	Centros Formación ARTESANAL	%	COLEGIOS	%	TOTAL	%
ANDRADE MARIN	1	16,67	3	50,00	1	16,67	1	16,67	6	13,95
ATUNTAQUI	3	16,67	10	55,56	1	5,56	4	22,22	18	41,86
<b>CANTÓN URBANO</b>	<b>4</b>	<b>16,67</b>	<b>13</b>	<b>54,17</b>	<b>2</b>	<b>8,33</b>	<b>5</b>	<b>20,83</b>	<b>24</b>	<b>55,81</b>
IMBAYA	1	33,33	2	66,67	0	0,00	0	0,00	3	6,98
NATABUELA	1	25,00	2	50,00	1	25,00	0	0,00	4	9,30
CHALTURA	1	33,33	1	33,33	0	0,00	1	33,33	3	6,98
SAN ROQUE	2	22,22	6	66,67	0	0,00	1	11,11	9	20,93
<b>CANTÓN RURAL</b>	<b>5</b>	<b>26,32</b>	<b>11</b>	<b>57,89</b>	<b>1</b>	<b>5,26</b>	<b>2</b>	<b>10,53</b>	<b>19</b>	<b>44,19</b>
<b>TOTAL CANTÓN</b>	<b>9</b>	<b>20,93</b>	<b>24</b>	<b>55,81</b>	<b>3</b>	<b>6,98</b>	<b>7</b>	<b>16,28</b>	<b>43</b>	<b>100</b>

Fuente: Archivos Centros Educativos Antonio Ante 2010-2011. Elaboración: PDOT 2011

#### **Procedencia de estudiantes colegios**

La procedencia de los estudiantes en los colegios del cantón en el periodo lectivo 2010 – 2011, corresponde el 48,2% a la cabecera parroquial y provienen el 45,5% de otras parroquias del mismo cantón. A nivel de las parroquias en San Roque el 90,9% son procedentes de la misma parroquia, y la que más movilidad de estudiantes tiene es San José de Chaltura puesto que el 73,33% provienen de otros cantones.

Cabe indicar que no existen colegios en ninguna comunidad del cantón solo en las cabeceras parroquiales y cantonal. Para el caso de los PDOTs Parroquiales se desagregó por cabecera parroquial y comunidades.

**CUADRO No.6**  
**PROCEDENCIA ESTUDIANTES COLEGIOS**

PROCEDENCIA ESTUDIANTES COLEGIOS ANTONIO ANTE 2010 -2011																
PARROQUIAS	MATRICULAS			CABECERA PARROQUIAL			COMUNIDADES			OTRAS PARROQUIAS			OTROS CANTONES			
	% H	% M	T	H	M	T %	H	M	T %	H	M	T %	H	M	T %	
ANDRADE MARÍN	76,2	23,8	365	109	30	38,1	0	0	0	146	41	51,23	23	16	10,68	
ATUNTAQUI	47,2	52,8	2793	646	639	46	0	0	0	629	763	49,84	44	72	4,15	
CHALTURA	75	25,0	60	3	2	8,33	0	0	0	6	5	18,33	36	8	73,33	
SAN ROQUE	62,4	37,6	287	164	97	90,9	0	0	0	3	2	1,74	12	9	7,32	
TOTAL	52,0	48,0	3505	922	768	48,2	0	0	0	784	811	45,51	115	105	6,28	

Fuente: Archivos Colegios Antonio Ante 2010-2011. Elaboración PDOT 2011

**Matrícula de educación superior**

En Antonio Ante la población de 17 años en adelante que acceden a la educación superior corresponde al 12,88% en el año 2001, y en el año 2010 el 17,50%; esta cifra es inferior al porcentaje provincial y nacional. Para el año 2001 la parroquia de San Luis de Imbaya presenta un porcentaje menor que las otras parroquias, pero para el año 2010 supera notablemente, ubicándose en segundo lugar a nivel cantonal. El acceso entre hombres y mujeres no tienen mayores diferencias.

**CUADRO No. 7**  
**MATRÍCULA DE ALUMNOS EN EDUCACIÓN SUPERIOR CANTÓN**

INSTRUCCIÓN SUPERIOR (Ciclo postbachillerato, superior, postgrado) 17 AÑOS Y MÁS SEGÚN PARROQUIAS POR SEXO %.						
PARROQUIAS	2001			2010		
	H	M	T	H	M	T
ATUNTAQUI/ANDRADE MARÍN	17,77	14,99	16,30	21,94	21,18	21,53
IMBAYA	10,73	8,95	9,83	15,99	17,14	16,54
NATABUELA	12,15	9,22	10,63	16,28	15,59	15,92
CHALTURA	12,44	11,04	11,71	16,10	13,45	14,71
SAN ROQUE	6,36	6,13	6,23	8,79	9,97	9,40
<b>TOTAL CANTÓN</b>	<b>13,96</b>	<b>11,91</b>	<b>12,88</b>	<b>17,68</b>	<b>17,34</b>	<b>17,50</b>
<b>TOTAL PROVINCIA</b>	<b>15,61</b>	<b>14,39</b>	<b>14,97</b>	<b>19,86</b>	<b>19,96</b>	<b>19,91</b>
<b>TOTAL PAIS</b>	<b>17,86</b>	<b>17,54</b>	<b>17,70</b>	<b>20,95</b>	<b>22,39</b>	<b>21,69</b>

Fuente: Censo de Población y Vivienda (INEC). 2001 y 2010. Elaboración PDOT 2011

### Becas de cuarto nivel.

No se cuenta con la información de becas de 4to nivel. Pero en el siguiente cuadro se muestra las becas otorgadas por el MIES-I a las personas con discapacidad. Es así, en el año 2011 han asignado 10 becas estudiantiles a nivel cantonal.

La cobertura es mínima en relación a la población y número de parroquias existentes en el cantón, porque de seis parroquias solamente son beneficiarias Atuntaqui y San José de Chaltura.

### CUADRO No. 8 BECAS ESTUDIANTES CON DISCAPACIDAD CANTÓN ANTONIO ANTE

BECAS ESTUDIANTILES A PERSONAS CON DISCAPACIDAD POR PARROQUIAS Y CANTÓN															
PARROQUIAS	UNIDAD EDUCATIVA DE SORDOS			DISCAPACIDAD VISUAL			EDUCACIÓN ESPECIAL			OTRAS INSTITUCIONES			TOTAL		
	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T
ANDRADE MARÍN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ATUNTAQUI	1	0	1	0	0	0	2	1	3	2	1	3	5	2	7
CANTÓN URBANO	1	0	1	0	0	0	2	1	3	2	1	3	5	2	7
IMBAYA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NATABUELA	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CHALTURA	0	0	0	1	1	2	0	0	0	1	0	1	2	1	3
SAN ROQUE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CANTÓN RURAL	0	0	0	1	1	2	0	0	0	1	0	1	2	1	3
TOTAL CANTÓN	1	0	1	1	1	2	2	1	3	3	1	4	7	3	10

Fuente. MIES-I 2011. Elaboración PDOT 2011

De acuerdo al nivel de instrucción de la rama de actividad principal, se tiene que en el cantón, la mayor parte de las personas dedicadas a las industrias manufactureras, son las más instruidas, seguidas por quienes se dedican a la agricultura y el comercio.

La educación primaria es el nivel de educación con mayores valores en todas las ramas. El nivel de postgrado es mínimo y menor a todos.

**CUADRO No. 9**  
**NIVEL DE INSTRUCCIÓN SEGÚN RAMA DE LAS ACTIVIDADES**  
**ECONÓMICAS. %**

	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	Industrias manufactureras	Construc- ción	Comercio al por mayor y menor	Transpor- te y almacena miento	Total
Ninguno	10,86	2,01	6,29	3,39	1	4,9
Centro Infantil	1,18	0,3	0,53	0,45		0,54
Preescolar	0,39	0,11	0,46	0,19	0,25	0,28
Primario	63,92	42,44	63,91	33,85	37,67	41,68
Secundario	11,82	28,5	17,22	29,16	34,54	22,68
Educación Básica	3,79	5,58	4,97	3,58	3,88	4,13
Bachillerato	3	8,25	2,65	8,31	8,76	6,8
Ciclo Pos bachillerato	0,33	0,98	0,4	1,34	1,25	1,06
Superior	3,65	11,48	2,91	19,14	12,02	16,37
Postgrado	0,13	0,04	0,2	0,41	0,13	0,87
Se ignora	0,92	0,32	0,46	0,19	0,5	1,18
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC Censo de Población y vivienda 2010. Elaboración: PDOT 2011

**CAPACITACIÓN.-** Según el censo Económico 2010, la inversión en capacitación y formación de las personas que desarrollan actividades económicas es del 4%, en tanto que el 96% no lo realizan.

**CUADRO No.10**  
**GASTO EN CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN DEL PERSONAL**

DESCRIPCIÓN CIE SECUNDARIA A TRES DÍGITOS	GASTO EN CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN		
	Sí	No	Total
Elaboración de otros productos alimenticios.	-	1	1
Fabricación de productos metálicos para uso estructural, tanques, depósitos, recipientes de metal y generadores de vapor.	-	1	1
Fabricación de muebles.	-	1	1
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores.	-	1	1
Otras actividades de venta al por mayor especializada.	-	1	1
Venta al por menor en comercios no especializados.	2	31	33
Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados.	-	7	7
Venta al por menor de otros enseres domésticos en comercios especializados.	-	2	2

Venta al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados.	-	6	6
Venta al por menor de otros productos en comercios especializados.	2	6	8
Actividades de restaurantes y de servicio móvil de comidas.	-	5	5
Actividades de grabación de sonido y edición de música.	-	1	1
Otras actividades de telecomunicaciones.	-	17	17
Actividades administrativas y de apoyo de oficina.	-	1	1
Actividades de médicos y odontólogos.	-	1	1
Actividades de juegos de azar y apuestas.	-	1	1
Reparación de computadoras y equipo de comunicaciones.	-	1	1
Reparación de efectos personales y enseres domésticos.	-	1	1
Otras actividades de servicios personales.	-	1	1
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>86</b>	<b>90</b>

Fuente: Censo Nacional Económico 2010. Elaboración: PDOT 2011

- **Salud**

En Antonio Ante existe 26 médicos/as lo que corresponde a 1 médico/a por 1673,77 habitantes, mientras que la normativa de la Organización Mundial de Salud OMS establece 1 medico/a por cada 1000 habitantes, por lo tanto se evidencia un deficit de 17 médicos/as en el cantón.

### CUADRO No.11

#### PROFESIONALES DE SALUD PÚBLICA DE ANTONIO ANTE

MEDICOS Y ENFERMERAS ANTONIO ANTE					
PARROQUIAS	HABITANTES	MEDICOS	PROMEDIO 1	ENFERMERAS	PROMEDIO 2
ANDRADE MARIN	23299	2	1294,39	1	706,03
ATUNTAQUI		16		14	
IMBAYA	1279	2	639,50	1	426,33
NATABUELA	5651	2	2825,50	1	1883,67
CHALTURA	3147	1	3147,00	1	1573,50
SAN ROQUE	10142	3	3380,67	2	2028,40
<b>TOTAL CANTON</b>	<b>43518</b>	<b>26</b>	<b>1673,77</b>	<b>20</b>	<b>946,04</b>

Fuente: Area de Salud Nro.2. Elaboración:PDOT2011

#### Servicios de desarrollo infantil menores de 5 años

En Antonio Ante existen 4256 niños/as menores de 5 años, de los cuales el 38,6% asisten a los centros de desarrollo infantil. Del total de la población de las parroquias: Atuntaqui y San Roque cuentan con mayores promedios como son 39,1% y 39,4% respectivamente. En San Luis de

Imbaya solo el 29% de niños/as acceden a este servicio. Estos promedios se encuentran bajo el 41,9% de la línea base de PNBV por ende existe déficit de atención a niños/as en su desarrollo personal.

### CUADRO No.12

#### NIÑOS/AS < DE 5 AÑOS QUE ASISTEN A SERVICIO DE DESARROLLO INFANTIL CANTÓN

NIÑEZ MENORES DE 5 AÑOS QUE PARTICIPAN EN SERVICIOS DE DESARROLLO INFANTIL POR PARROQUIAS Y CANTÓN ANTONIO ANTE SEGÚN SEXO CENSO						
PARROQUIA	Población menores de 5 años			Que asisten (%)		
	TOT	HOM	MUJ	TOT	HOM	MUJ
ATUNTAQUI	2223	1125	1098	39,1%	41,3%	36,9%
<b>CANTÓN URBANO</b>	<b>1978</b>	<b>999</b>	<b>979</b>	<b>39,2%</b>	<b>41,4%</b>	<b>36,9%</b>
IMBAYA	124	64	60	29,0%	32,8%	25,0%
NATABUELA	537	255	282	38,7%	38,8%	38,7%
CHALTURA	270	126	144	34,8%	38,9%	31,3%
SAN ROQUE	1102	569	533	39,4%	38,1%	40,7%
<b>CANTÓN RURAL</b>	<b>2278</b>	<b>1140</b>	<b>1138</b>	<b>38,1%</b>	<b>38,3%</b>	<b>37,8%</b>
<b>CANTÓN</b>	<b>4256</b>	<b>2139</b>	<b>2117</b>	<b>38,6%</b>	<b>39,8%</b>	<b>37,4%</b>
<b>PROVINCIA</b>	<b>38996</b>	<b>19828</b>	<b>19168</b>	<b>43,5%</b>	<b>43,1%</b>	<b>43,9%</b>
<b>PAÍS</b>	<b>1462277</b>	<b>744305</b>	<b>717972</b>	<b>33,2%</b>	<b>33,1%</b>	<b>33,4%</b>

Fuente: INEC CPV 2010. Procesado MCDS. Elaboración PDOT 2011.

#### Unidades de atención infantil.

Según el proyecto de desarrollo infantil del Municipio de Antonio Ante – INFA existen 45 unidades de atención en el cantón (30 Centros Integrales del Buen Vivir CIBV y 15 Creciendo con Nuestros Hijos CNH), la cobertura entre las dos unidades de atención alcanzan a 1799 niños/as en el cantón, de los cuales 906 son niños y 893 son niñas. La mayor cobertura de los niños/as en el cantón tienen las unidades de atención CNH.

### CUADRO No.13 SERVICIOS DE DESARROLLO INFANTIL CANTÓN

UNIDADES DE ATENCIÓN INFANTIL POR PARROQUIAS SEGUN SEXO																					
UNIDADES DE ATENCIÓN/PARROQUIAS	ANDRADE MARÍN			ATUNTAQUI			IMBAYA			NATABUELA			CHALTURA			SAN ROQUE			TOTAL CANTÓN		
	CIBV	CNH	TOT	CIBV	CNH	TOT	CIBV	CNH	TOT	CIBV	CNH	TOT	CIBV	CNH	TOT	CIBV	CNH	TOT	CIBV	CNH	TOT
No. centros	6	2	8	9	3	12	1	1	2	2	4	6	3	1	4	9	4	13	30	15	45
Hombres	77	70	147	171	94	265	12	30	42	30	127	157	31	30	61	124	110	234	445	461	906
Mujeres	87	45	132	179	84	263	13	30	43	22	111	133	32	30	62	125	135	260	458	435	893
TOTAL NIÑOS/AS	164	115	279	350	178	528	25	60	85	52	238	290	63	60	123	249	245	494	903	896	1799

Fuente: Proyecto Desarrollo Infantil. Municipio/Infra .marzo 2011. Elaboración PDOT 2011

- **Servicios básicos**

Agua potable: cobertura del 90%, genera alta preocupación por cobertura horaria.

Alcantarillado: 88% - sistema de tratamiento de aguas

Energía eléctrica: 98%

Servicio telefónico fijo: 40%

Recolección de basura: 95 % - sistema de recolección y Manejo de desechos

Los asentamientos humanos del cantón se encuentran concentrados y dispersos dentro de los cuales, cuentan con vivienda propia el 69% de la población sin embargo el 15% de los hogares presentan hacinamiento siendo las tasas más altas las de San Roque y San Luis de Imbaya, por otra parte el 13% de los hogares viven en viviendas con materiales deficitarios; el 23% tienen servicios inadecuados y en el cantón se tiene 19% de déficit habitacional; sin embargo, se tiene catastrado 22.354 propietarios de predios urbanos y rurales.

Pese a los esfuerzos que se han realizado para eliminar las barreras arquitectónicas es insuficiente, mientras tanto en las parroquias rurales se presenta una ausencia preponderante de aquello.

- **Actividades económicas**

### Tipo de actividades

**CUADRO No. 14 PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA 10 AÑOS Y MÁS SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD Y SEXO. CANTÓN ANTONIO ANTE						
SEXO %	Industrias manufactureras	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	Comercio al por mayor y menor	Construcción	Transporte y almacenamiento	Total
HOMBRES	2495	2312	1314	1480	765	10980
%	<b>22,72</b>	<b>21,06</b>	<b>11,97</b>	<b>13,48</b>	<b>6,97</b>	
MUJERES	2826	720	1371	29	34	7994
%	<b>35,35</b>	<b>9,01</b>	<b>17,15</b>	<b>0,36</b>	<b>0,43</b>	
TOTAL	5321	3032	2685	1509	799	18974
% TOTAL	<b>28,04</b>	<b>15,98</b>	<b>14,15</b>	<b>7,95</b>	<b>4,21</b>	
Fuente: Inec, Censo Población y vivienda 2010. Elaboración: Consultoría PDOT 2011						

## Sector agropecuario

Las actividades agropecuarias, se desarrollan en los predios rurales que existen en el Cantón, en mayores dimensiones se encuentran en San Luis de Imbaya y San José de Chaltura. Una situación a destacar es que la mayor cantidad de predios rurales están en los rangos entre 0 a 1 Ha, donde se ubican el 93% de ellos, lo cual determina que la agricultura especialmente se encuentra desarrollada a menor escala y que existe una gran parcelación de los terrenos, lo cual pondría en riesgo la seguridad alimentaria del cantón.

**CUADRO No. 15**  
**PREDIOS RURALES EN ANTONIO ANTE**

RANGO / ha	A. MARIN	ATUNTAQUI	IMBAYA	NATABUELA	CHALTURA	SAN ROQUE	TOTAL CANTÓN	
							No. Predios	%
0 - 0.05	21,80	23,36	8,45	22,19	17,51	26,66	2497,00	23,27
0.0501 - 0.08	11,32	12,11	1,69	14,38	15,59	12,56	1374,00	12,80
0.0801 - 1	59,43	55,39	51,69	58,44	55,21	56,80	6093,00	56,77
1.01 - 2	4,51	4,61	12,50	2,49	6,66	2,46	406,00	3,78
2.01 - 3	0,94	1,45	4,73	1,38	1,70	0,58	122,00	1,14
3.01 - 4	0,63	0,99	3,04	0,32	1,06	0,32	66,00	0,61
4.01 - 6	0,00	0,66	4,05	0,27	0,64	0,21	46,00	0,43
6.01 - 10	0,52	0,59	7,09	0,27	0,57	0,11	53,00	0,49
10.01 - 20	0,42	0,33	4,05	0,11	0,85	0,15	42,00	0,39
MAYOR A 20.01	0,42	0,53	2,70	0,16	0,21	0,15	33,00	0,31
TOTAL	100	100	100	100	100	100	10732	100

Fuente: Municipio de Antonio Ante. Elaboración: PDOT 2011.

Los cultivos que ocupan mayor extensión en el área del cantón son maíz con 1777,97 has., vegetación arbustiva con 957,43 y el cultivo asociado de maíz, habas, arveja, papa con 497,02. Donde más se cultiva el maíz es en la parroquia de Natabuela, vegetación arbustiva en Imbaya y el cultivo asociado en San Roque

## Sector Turístico

Atuntaqui posee un gran potencial turístico, ofreciéndole en sus aspectos: Textil, artesanal, gastronómico y cultural, una alternativa variada e



interesante para disfrutarlo y vivirlo durante todo el año. De esta manera le invitamos a ser parte de nuestra historia e identidad que nos caracteriza y que a su vez nos integra como verdaderos ecuatorianos.

Poco a poco, Atuntaqui se convierte en uno de los potenciales destinos turísticos por la originalidad de la celebración de fiestas tradicionales, como el 2 de noviembre y Fin de año, donde la careta, el chiste y la 'vacilada' en doble sentido son las características primordiales del lugar.

### **Sector industrial manufacturero**

Es la principal actividad económica del Cantón (28,04%) con mayor incidencia en Atuntaqui, a pesar de lo cual están creciendo en las parroquiales rurales, de manera particular en la parroquia de San Roque especialmente con la confección de vestimenta indígena. Esta actividad es la principal fuente generadora de empleo.

**CUADRO No. 16 TALLERES TEXTILES**

<b>Parroquia</b>	<b>Rama confección</b>	<b>No.</b>	<b>Empleados</b>
<b>San Luis de Imbaya</b>	Confección textil (uniformes y ropa deportiva)	5	15
<b>San José Chaltura</b>	Tejidos y bordados Tejidos de punto	20 10	20 10
<b>San Roque</b>	Medias Planchado de prendas Ponchos Camisas indígenas de mujeres	2 5 16 familias 9 familias	175 25 64 27
<b>San Francisco Natabuela</b>	Sastrería	2	4
	Confecciones textil	10	No especificado NE
<b>Atuntaqui-Andrade Marín</b>	Varias	400	7500
<b>Total</b>		479	7840

Fuente y Elaboración PDOT. 2011

En lo referente a la actividad manufacturera, según información emitida por la Cámara de Comercio en Noviembre 2011, el 98% de los 400

talleres e industrias manufactureras ubicadas en las parroquias urbanas, están ubicados en Atuntaqui, donde el 95% son operarias mujeres. En ellos existe en promedio, empleadas 20 personas, dando un estimado de 7.500 plazas de empleo.

La misma fuente señala, que la mayoría de trabajadores y trabajadoras son de los barrios periféricos de Atuntaqui y de las parroquias rurales (El Cercado, San José, Santo Domingo, Santa Martha) y de Parroquias (Los Óvalos de Natabuela).

También se emplean trabajadores de otros cantones especialmente de Tanguarín y otros barrios de San Antonio de Ibarra.

Según la Cámara de Comercio, los empresarios textiles, tienen dificultad en contratar mano de obra formada en los Centros Artesanales, porque les enseñan más a ser costureras que operarias de talleres.

Asimismo, la Cámara de Comercio reporta la existencia de 234 socios, de los cuales el mayor número de ellos son establecimientos donde se comercializa ropa infantil, sweaters, ropa deportiva y ropa casual.

La Fiapaa cuenta con 318 asociados: Sastres modistas 97, tejedores 89, AIMA Asociación Interprofesionales de maestros artesanos y operarios de Antonio Ante 117, calzado 15.

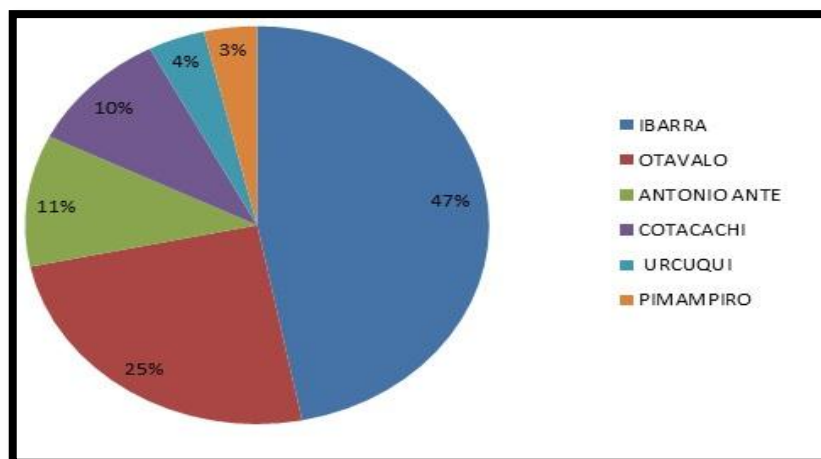
- **Población económicamente activa**

La Población Económicamente Activa PEA, es aquella que interviene en la producción de bienes y servicios

Como se puede observar Ibarra tiene el mayor porcentaje de PEA, seguido del Cantón Otavalo y Antonio Ante, en donde se concentra la

Población, que dedica actividades puntuales de los tres sectores productivos.

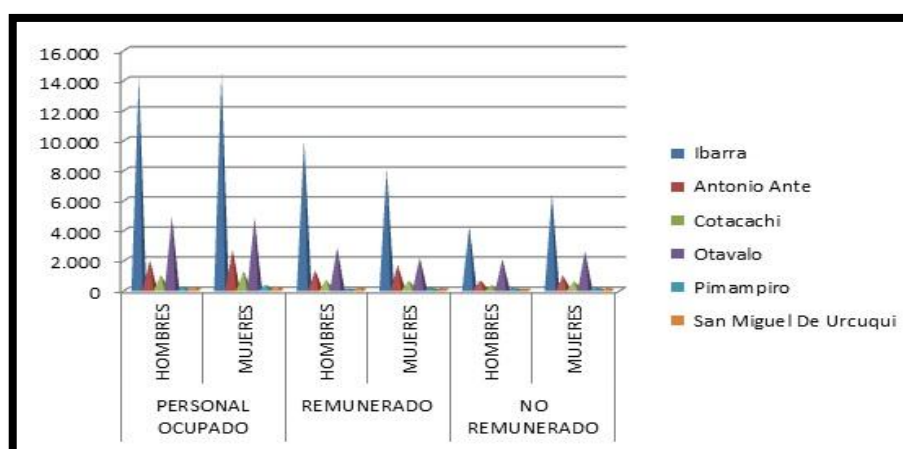
## GRÁFICO No.2 POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA PROVINCIAL



Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Según datos oficiales INEC 2010 el Personal ocupado Remunerado y no Remunerado se encuentra en su mayoría en Ibarra, seguido de Otavalo y Antonio Ante, como se muestra en el gráfico siguiente.

## GRÁFICO No.3 PEA OCUPADO, REMUNERADO Y NO REMUNERADO



Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

### 1.7.2. Encuesta dirigida a dueños de empresas dedicadas a la actividad textil

#### 1. ¿Qué tipo de prendas fabrica?

**CUADRO No.17 TIPO DE PRENDAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Ropa infantil	17	17
Blusas	26	25
Leggins	23	23
Vestidos	13	13
Calentadores	10	10
Ropa interior	8	8
Otros....	5	5
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.4  
TIPO DE PRENDAS**



Fuente: Dueños de empresas textiles

Elaborado por: La autora

#### **ANÁLISIS:**

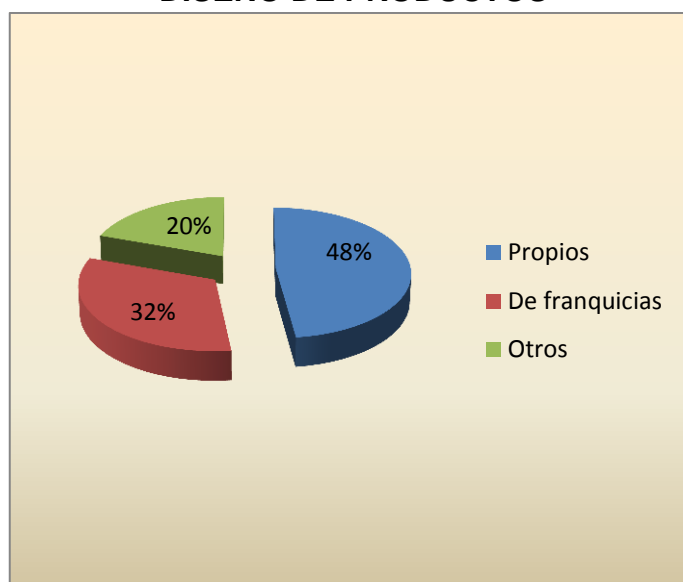
Según la investigación, cada empresa textilera se caracteriza por un tipo de prenda que realizan, pero la mayoría se dedican a la confección de blusas, porque consideran que presentan mayor demanda, seguido por los leggins por ser una prenda muy cómoda, también la ropa infantil, vestidos, ropa de cama, ropa formal, sacos, multiusos, bermudas, etc.

**2. ¿Los diseños que utiliza en la fabricación de sus productos son?**

**CUADRO No.18  
DISEÑO DE PRODUCTOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Propios	49	48
De franquicias	33	32
Otros	20	20
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.5  
DISEÑO DE PRODUCTOS**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

Las empresas textiles utilizan diseños propios en sus productos los mismos que no pueden ser copiados por otras textileras, porque están registrados legalmente como diseños propios de la empresa, este método ha permitido que se caractericen a nivel nacional en la fabricación de prendas de vestir, seguido también por quienes trabajan con franquicias que ya son conocidas y les permite tener mayor demanda en el mercado.

### 3. ¿Los materiales utilizados para la producción son de origen?

**CUADRO No.19**  
**ORIGEN DE LOS MATERIALES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
De producción nacional	60	59
Importados	42	41
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.6**  
**ORIGEN DE LOS MATERIALES**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

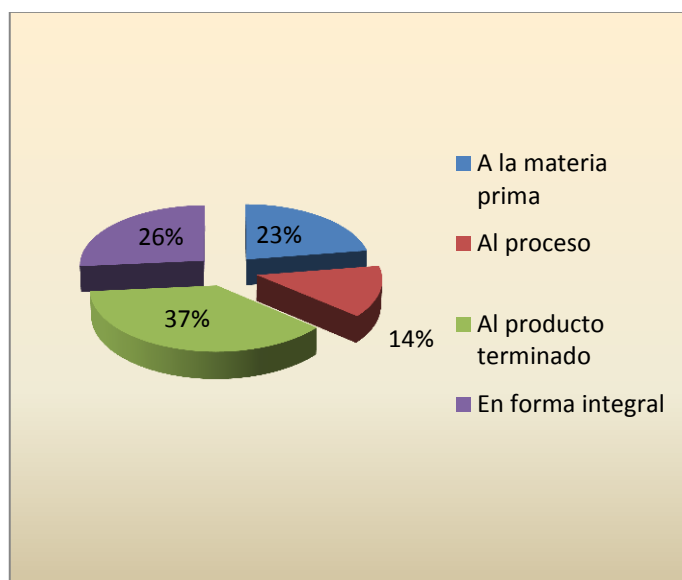
El origen de los materiales es de producción nacional, porque en la actualidad para presentarse como proveedor en el portal de compras públicas es uno de los requisitos fundamentales para ser aceptados, en un porcentaje menor adquieren materiales importados por el hecho de que se consigue con mayores garantías en los productos.

#### 4. ¿El control de calidad aplica?

**CUADRO No.20**  
**CONTROL DE CALIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
A la materia prima	23	23
Al proceso	14	14
Al producto terminado	38	37
En forma integral	27	26
<b>TOTAL</b>	102	100

**GRÁFICO No.7**  
**CONTROL DE CALIDAD**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

#### **ANÁLISIS:**

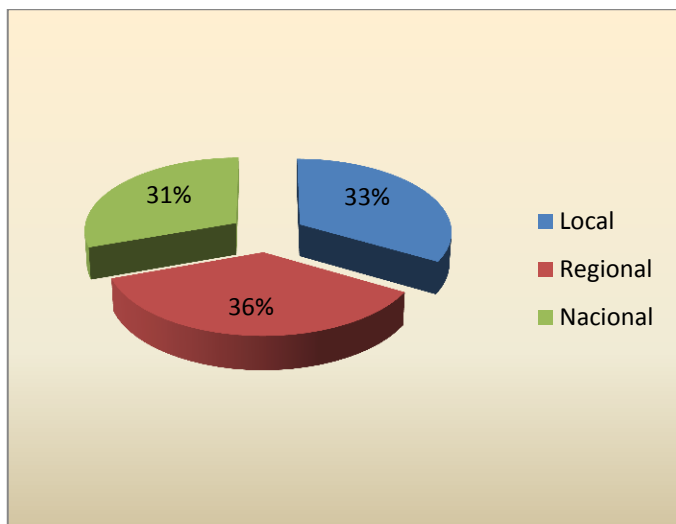
Para garantizar un producto excelente las empresas textiles aplican un control de calidad al producto terminado, tomando en cuenta los puntos más importantes para el mercado consumidor, como también lo realizan de forma íntegra, al igual que toman en cuenta la materia prima la misma que debe cumplir con los requisitos esperados, en pocos casos lo realizan al momento de su proceso en caso de sustituir la materia prima.

5. ¿A qué tipo de mercado atiende?

**CUADRO No.21**  
**TIPO DE MERCADO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Local	34	33
Regional	37	36
Nacional	31	30
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.8**  
**TIPO DE MERCADO**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

La mayoría de las empresas textiles atiende al mercado regional, porque existe mucha demanda del producto y no han visto la necesidad de buscar otros mercados, además la cobertura del mercado al que abastece le permite generar grandes ingresos que ayuda a mantener estable a la empresa, seguido por un porcentaje del producto que distribuye su en su propia localidad donde acuden constantemente comerciantes mayoristas, en su minoría se encuentra a nivel nacional son empresas que por gestión propia han distribuido en diferentes puntos del país sus productos.

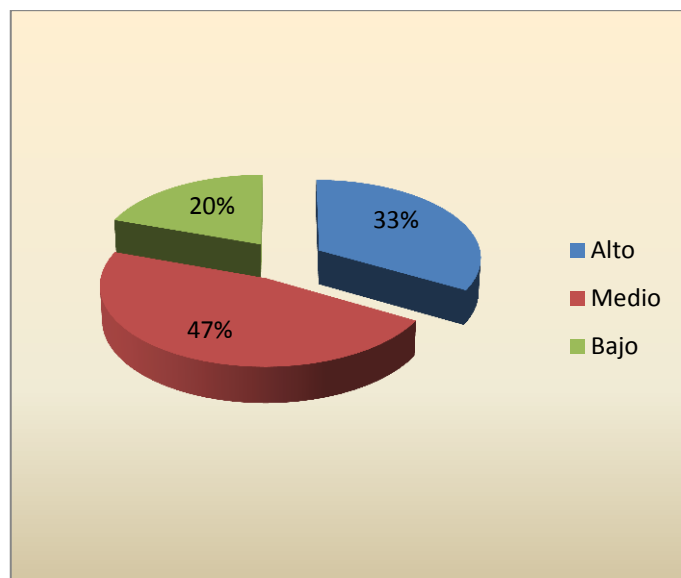


**6. ¿El nivel de producción semanalmente es?**

**CUADRO No.22  
NIVEL DE PRODUCCIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alto	34	33
Medio	48	47
Bajo	20	20
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.9  
NIVEL DE PRODUCCIÓN**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

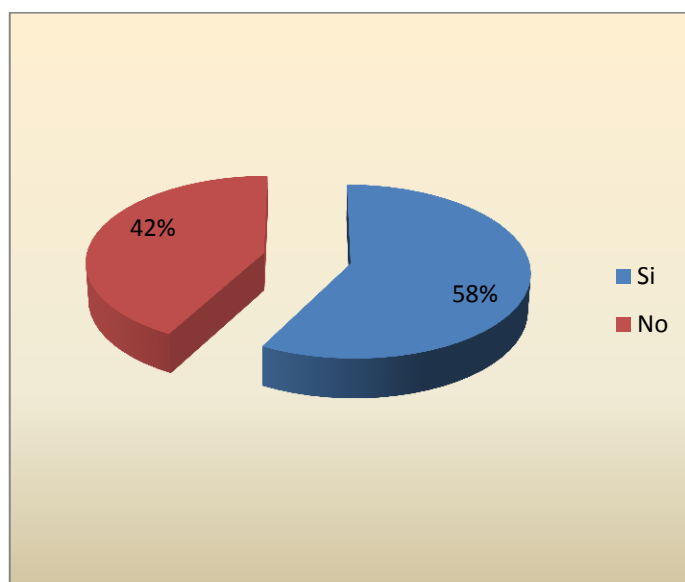
El nivel de producción que presenta cada empresa es variable, pero algunas coinciden en un nivel medio, dependiendo los pedidos que se realicen de los clientes, como también de la demanda existente en las diferentes temporadas que se presentan durante el año, existen empresas que mantienen un nivel alto de producción son aquellas que mantienen contratos y convenios con empresas que necesitan del producto.

**7. ¿Para efectuar la actividad textil posee financiamiento?**

**CUADRO No.23  
FINANCIAMIENTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	59	58
No	43	42
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.10  
FINANCIAMIENTO**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

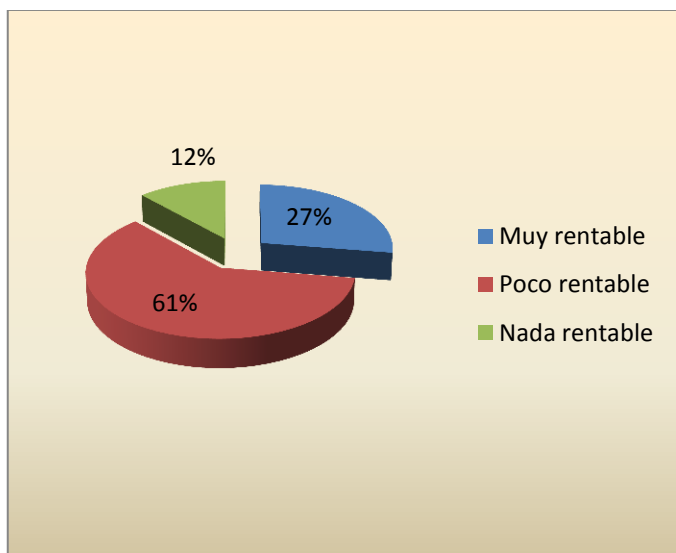
Para realizar las actividades en las empresas textiles necesitan de un financiamiento, mismo q lo realizan al obtener un crédito que respalde la producción máxima que tienen que tener disponible para el mercado, seguido por un porcentaje menor que no necesita de financiamiento porque cuentan con un capital propio que cada año está disponible para comenzar con la producción.

8. ¿La rentabilidad de la actividad es?

**CUADRO No.24**  
**RENTABILIDAD DE LA ACIVIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy rentable	28	27
Poco rentable	62	61
Nada rentable	12	12
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.11**  
**RENTABILIDAD DE LA ACIVIDAD**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

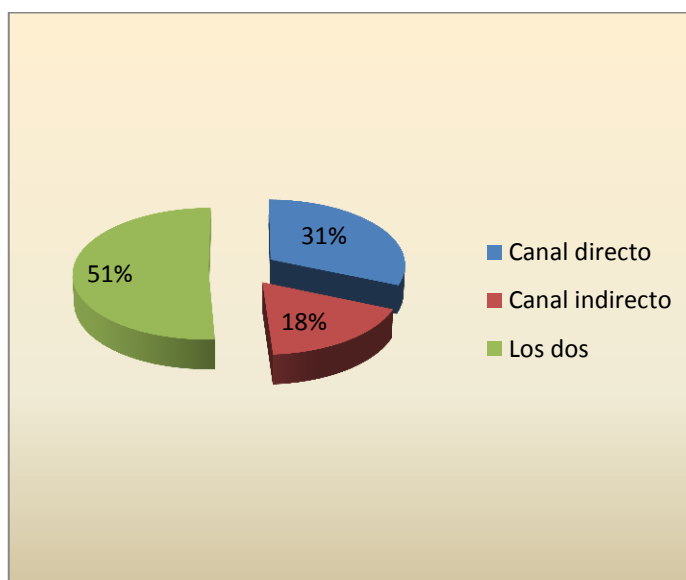
Los dueños de las empresas manifiestan que el nivel de rentabilidad del negocio se encuentra en un nivel medio, porque en la actualidad existe gran competencia de empresas con productos similares y a menor precio, por tal razón quienes consideran que es muy rentable aplican estrategias de venta que les permita incrementar clientes, también existen empresa que consideran que el negocio no es rentable, porque no han logrado posicionarse en el mercado meta.

**9. ¿Para comercializar la producción que tipo de canal utiliza?**

**CUADRO No.25**  
**CANAL DE DISTRIBUCIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Canal directo	32	31
Canal indirecto	18	18
Los dos	52	51
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.12**  
**CANAL DE DISTRIBUCIÓN**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

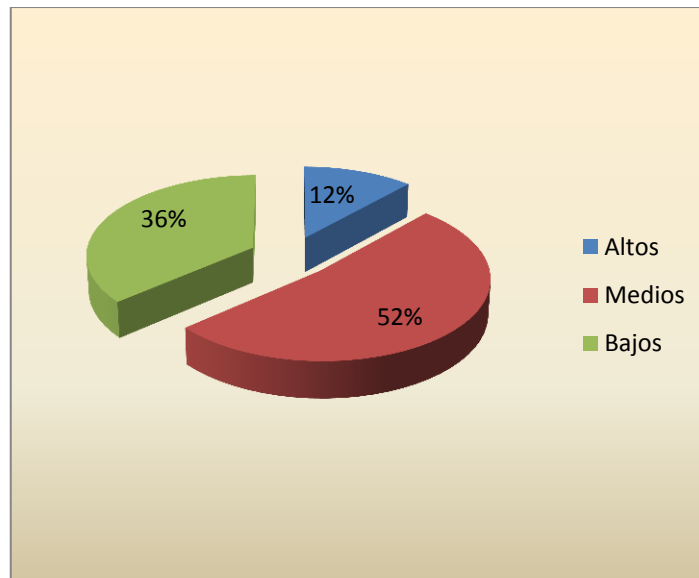
Para la venta del producto utilizan los dos canales de distribución tanto directo como indirecto, ya que son efectivos y permiten incrementar el nivel de ventas tanto locales como nacionales, han aplicado esta estrategia considerando que el producto debe llegar a todos los mercados dependiendo sus necesidades.

**10. ¿Los precios de los productos que oferta son?**

**CUADRO No.26  
PRECIO DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Altos	12	12
Medios	53	52
Bajos	37	36
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.13  
PRECIO DEL PRODUCTO**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

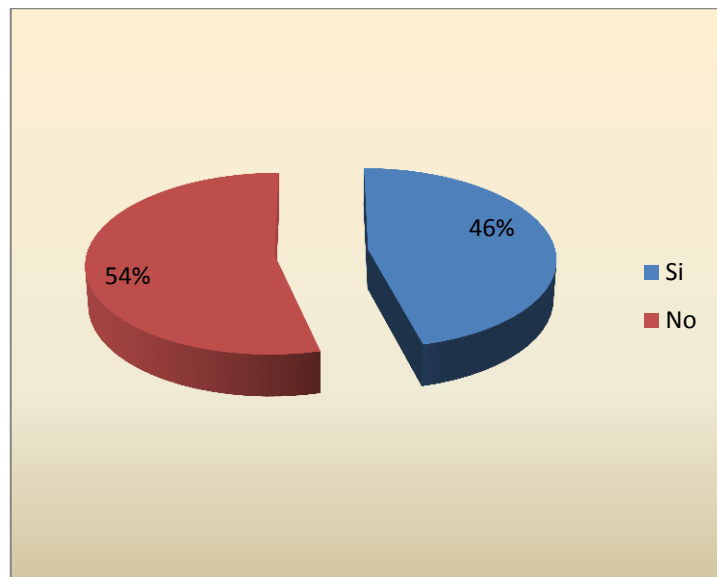
Los precios que actualmente ofertan son medios porque se ha tomado en cuenta tanto costos de producción como los precios de los mercados es decir realizando comparaciones con la competencia, también se encuentran en un menor porcentaje un precio alto dependiendo del tipo de prenda.

**11. ¿Contrata servicios de confección de prendas de vestir para cubrir la demanda de sus productos?**

**CUADRO No.27**  
**CONTRATACIÓN DEL SERVICIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	47	46
No	55	54
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.14**  
**CONTRATACIÓN DEL SERVICIO**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

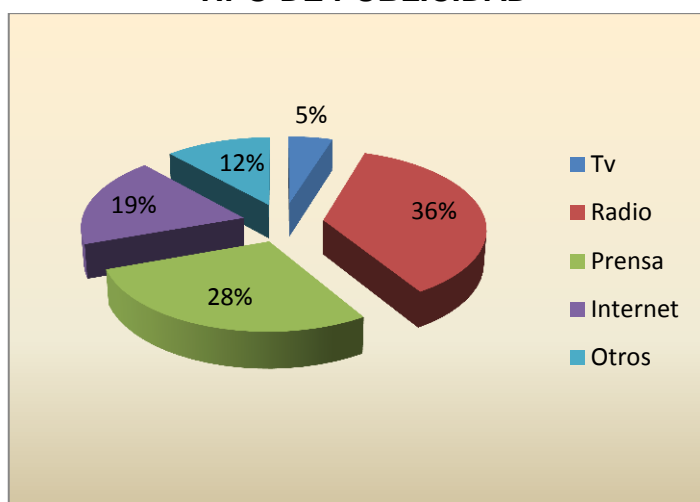
De acuerdo a los resultados obtenidos de las diferentes empresas textiles se determina que existe un porcentaje similar entre la contratación y no contratación de servicios de confección de prendas de vestir, las empresas lo realizan por temporadas especiales donde la demanda crece o en caso de pedidos que no pueden cubrir la capacidad de producción.

12. ¿Para hacer conocer sus productos que tipo de publicidad utiliza?

**CUADRO No.28**  
**TIPO DE PUBLICIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Tv	5	5
Radio	37	36
Prensa	29	28
Internet	19	19
Otros	12	12
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.15**  
**TIPO DE PUBLICIDAD**



Fuente: Dueños de empresas textiles

Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

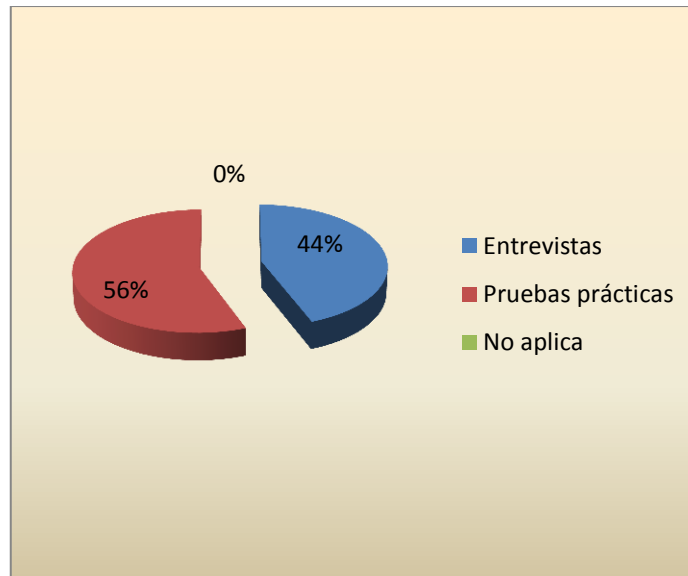
Los medios de publicidad que utilizan para dar a conocer sus productos son: en primer lugar la radio, prensa, internet, consideran estos medios de comunicación por ser actualmente los más utilizados por las personas para conocer sobre la presentación de nuevos productos en el mercado, como también en menor porcentaje la televisión y otros.

**13. ¿Cómo efectúa la selección e inducción del personal para el trabajo?**

**CAUDRO No.29**  
**SELECCIÓN E INDUCCIÓN DEL PERSONAL**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entrevistas	45	44
Pruebas prácticas	57	56
No aplica		0
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.16**  
**SELECCIÓN E INDUCCIÓN DEL PERSONAL**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

Según la investigación, lo que más consideran para la selección e inducción del personal para el trabajo es a través de las pruebas prácticas, porque lo que necesitan personas que desempeñen diferentes funciones sobre la elaboración de las prendas de vestir, como también han considerado importante realizar diversas entrevistas donde les permite conocer diferentes características de los trabajadores.

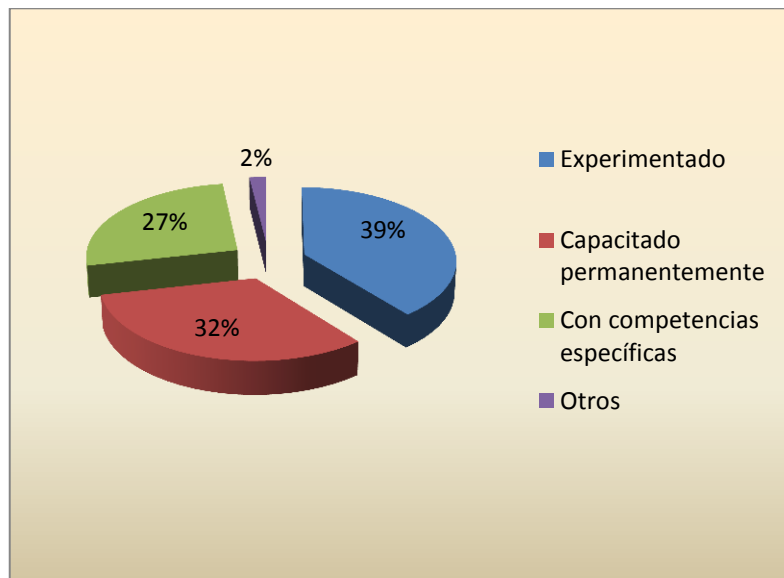


**14. ¿El talento humano que labora en su empresa es?**

**CUADRO No.30  
TALENTO HUMANO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Experimentado	40	39
Capacitado permanentemente	33	32
Con competencias específicas	27	26
Otros	2	2
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.17  
TALENTO HUMANO**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

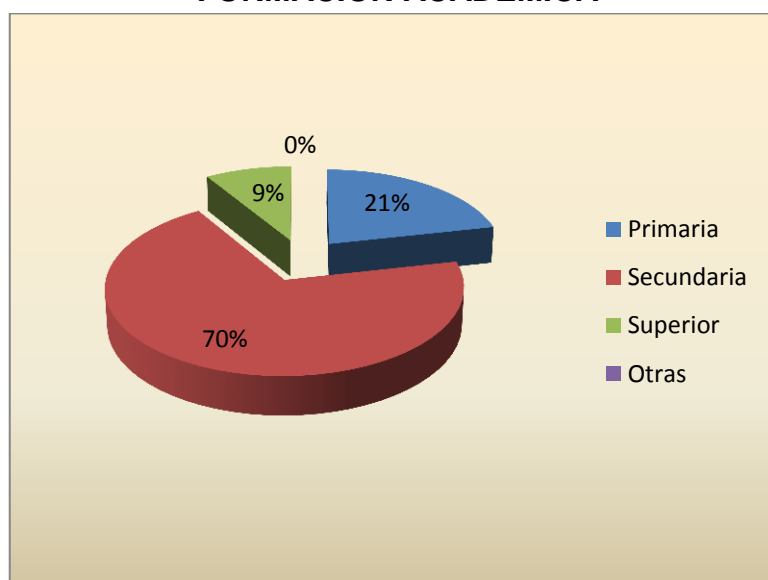
La mayoría de las empresas manifiestan que el talento humano que labora en sus instalaciones es experimentado, porque han trabajado en pequeños talleres de corte y confección los cuales les han brindado conocimientos importantes para cumplir con sus funciones, otros comentan que como política siempre mantiene al personal en capacitaciones permanentes.

15. ¿El personal que colabora en la empresa que formación académica posee?

**CAUDRO No.31**  
**FORMACIÓN ACADÉMICA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Primaria	22	22
Secundaria	71	70
Superior	9	9
Otras		0
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.18**  
**FORMACIÓN ACADÉMICA**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

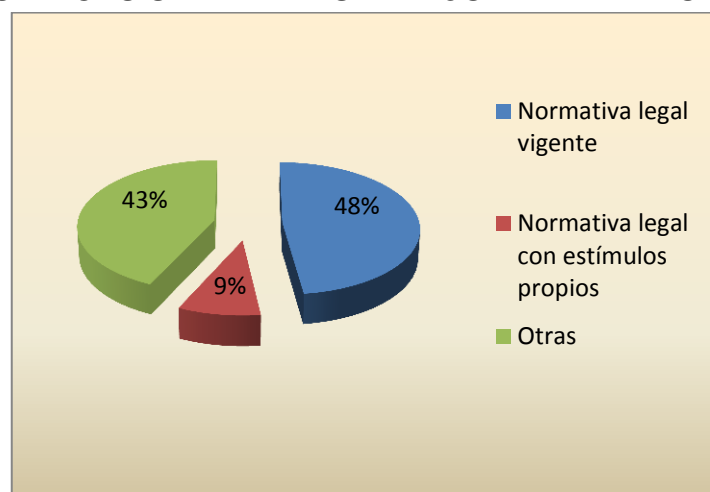
El personal que labora en la mayoría de las empresas tiene una preparación secundaria las mismas han continuado con capacitaciones constantes para ir obteniendo conocimiento necesarios que les permita mantener su puesto de trabajo, también cuentan con personas que solamente han terminado la primaria por cuestiones económicas pero se han preocupado por seguirse nivelando para desempeñar el trabajo.

16. ¿Las políticas salariales y la jornada laboral de su empresa se ajustan a?

**CUADRO No.32**  
**POLÍTICAS SALARIALES Y LA JORNADA LABORAL**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Normativa legal vigente	49	48
Normativa legal con estímulos propios	9	9
Otras	44	43
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.19**  
**POLÍTICAS SALARIALES Y LA JORNADA LABORAL**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

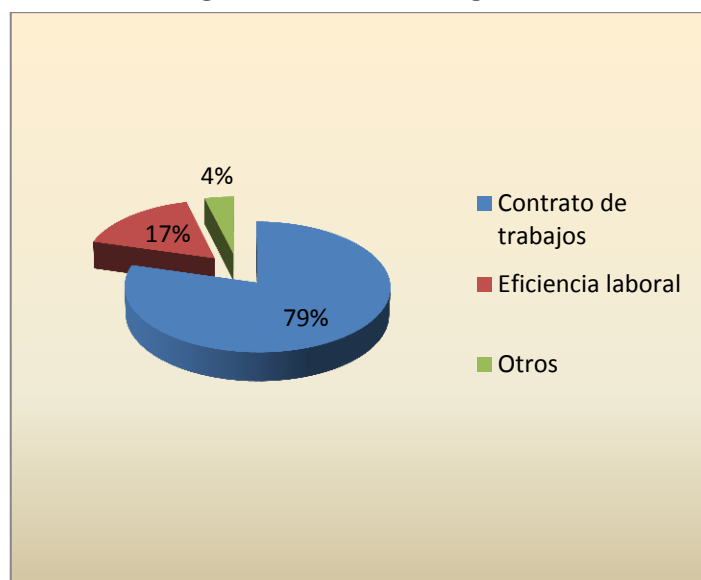
Las políticas salariales y la jornada laboral de la empresa se ajustan en base a la normativa legal, se cumple con todo lo establecido, los empleados reciben los correspondientes beneficios de ley, también se encuentran empresas que trabajan con otros mecanismos que son un convenio entre el empleado y el empleador, como también en un menor porcentaje toman en cuenta la normativa legal con estímulo propio.

## 17. ¿La estabilidad laboral está definida por?

**CAUDRO No.33**  
**ESTABILIDAD LABORAL**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Contrato de trabajos	81	79
Eficiencia laboral	17	17
Otros	4	4
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.20**  
**ESTABILIDAD LABORAL**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

### ANÁLISIS:

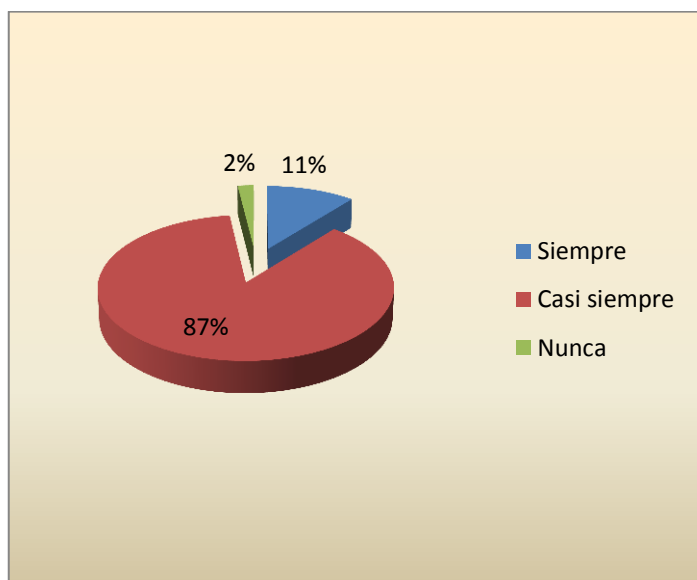
En el mayor de los casos la estabilidad laboral está definida por la empresa a través de un contrato de trabajo donde se especifica el tiempo que el empleado laborará, como también para asegurar el trabajo toman en cuenta el desempeño y la eficiencia de los empleados en las diferentes áreas a las que corresponden.

**18. ¿Realiza capacitación para sus empleados?**

**CUADRO No.34  
CAPACITACIÓN AL PERSONAL**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Siempre	11	11
Casi siempre	89	87
Nunca	2	2
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.21  
CAPACITACIÓN AL PERSONAL**



Fuente: Dueños de empresas textiles

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

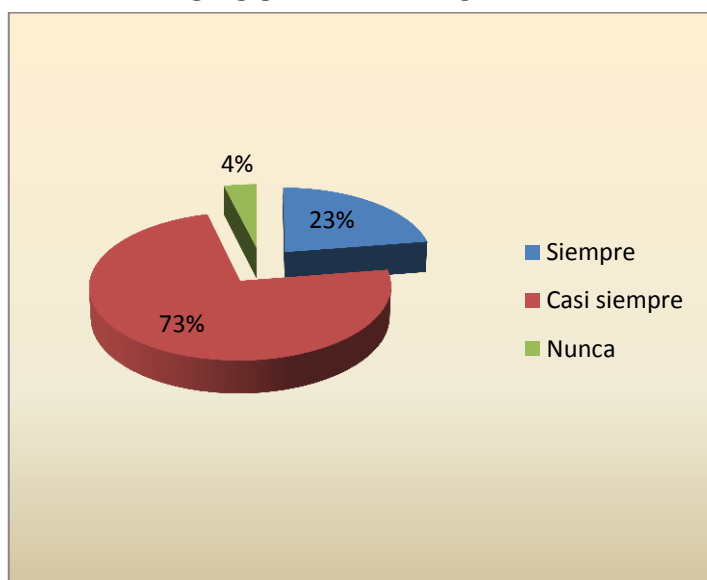
La mayor parte manifiestan que casi siempre realizan capacitación, porque consideran que es importante mantener actualizado a su personal sobre el manejo de nuevos procesos en la elaboración de los productos, seguido por empresas que manifiestan que siempre mantienen en constante capacitación para mejoras de sus trabajadores.

## 19. ¿La empresa brinda seguridad laboral?

**CUADRO No.35**  
**SEGURIDAD LABORAL**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Siempre	23	23
Casi siempre	75	74
Nunca	4	4
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.22**  
**SEGURIDAD LABORAL**



Fuente: Dueños de empresas textiles  
Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

Según las empresas manifiestan que casi siempre brindan la seguridad laboral a sus trabajadores, se preocupan por mantener una infraestructura adecuada como también capacitando al personal en el manejo de maquinarias para evitarse ciertos peligros que pueden afectar, seguido por quienes comentan que siempre esta pendientes para garantizar seguridad laboral en todos los sentidos a sus empleados.

## **1.8. Determinación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos**

### **1.8.1. Aliados**

- La ciudad de Atuntaqui es considerada como centro de la moda.
- La actividad textil del sector posee buena experiencia en la actividad.
- Los niveles de producción de las empresas cada vez aumentan.
- Existen empresas que contratan servicios de confección.
- El talento humano que labora en la actividad textil recibe capacitación constantemente.
- Las políticas salariales y la jornada laboral está sujeta a la normativa legal vigente.

### **1.8.2. Oponentes**

- La inexistencia de normas de seguridad bien definidas que garanticen la seguridad en el trabajo.
- Una gran parte de las empresas utilizan financiamiento externo para el desarrollo de sus actividades.
- Existe una parte de las empresas que manifiestan que la rentabilidad de la actividad es poco atractiva.

### **1.8.3. Oportunidades**

- Existen instituciones educativas para capacitar al talento humano.
- Existencia de medios de comunicación alternativos para promocionar los productos.
- Aprovechar la tecnología que existe en la actualidad para mejorar la productividad.
- Existencia de nuevos de mercados en otras ciudades dentro y fuera del país.

### **1.8.4. Riesgos**

- Problemas de origen político y socioeconómico.
- Importación de prendas de vestir provoca inestabilidad en el mercado.

- Contrabando de productos textiles.
- Volatilidad de la inflación genera incertidumbre.
- Engorrosos trámites financieros para obtener un préstamo.

### **1.9. Identificación de la Oportunidad de Inversión**

Efectuada la caracterización del lugar donde operará la microempresa e identificada la situación actual del sector textil del cantón Antonio Ante, se puede mencionar que el entorno del proyecto posee más aspectos positivos que negativos para la implantación del emprendimiento, entre los que se destacan se encuentran:

- Crecimiento del sector textil por la alta demanda de los productos a nivel local, regional y nacional.
- El sector textil contrata servicios de confección de prendas de vestir para cubrir la demanda de los productos.

### **1.10. Conclusión**

En la actualidad existe un gran incremento en la demanda de los productos de las empresas de Atuntaqui, misma que no pueden abastecer, además tomando en cuenta los aspectos que más se destacan en la investigación del sector, nace la oportunidad para gestionar la microempresa que brinde los servicios de confección de prendas de vestir.



## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se encuentra la contextualización de los aspectos que se utilizaron en el proyecto, para tal fin fue importante la investigación bibliográfica actualizada, como también en direcciones electrónicas confiables.

#### 2.1. Microempresa

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012). Afirma: *“La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”*. Pág.38

DÍAS CALLEJAS Osmín, (2009). Manifiesta: *“Se considera microempresa a la que tiene entre 0 y 10 trabajadores. Esto es así, independientemente de que el negocio se dedique a la industria, al comercio o los servicios”*.Pág.36

La microempresa es aquella que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios

##### 2.1.1. Objetivos de la microempresa

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012).Pág. 41. Presenta los objetivos que persigue una microempresa.

- **Objetivo de Innovación:** Debe ser capaz de innovar, de lo contrario con el suministro, empleo y desarrollo de los recursos humanos.
- **Objetivo sobre Recursos Humanos:** Debe determinar objetivos relacionados con el suministro, empleo desarrollo de los recursos humanos.
- **Objetivo de Productividad:** Debe emplearse adecuadamente los recursos y la productividad debe crecer para que la microempresa sobreviva.

### 2.1.2. Características generales

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012).Pág. 45. Menciona las características de la microempresa.

- **Trabajo Familiar:** Las microempresas se forman generalmente por decisión familiar en donde la participación de miembros del hogar es de vital importancia para la sobrevivencia de la misma, especialmente en sus comienzos y en los periodos de crisis económicas.
- **Limitación de capital:** Las microempresas operan con un capital limitado, que impide invertir en maquinaria, infraestructura, equipos, etc.
- **Organización del trabajo:** No existe una clara separación de las funciones y capital de la Empresa, el microempresario es dueño y administrador, carecen de una definida división del trabajo.

- **Limitaciones Tecnológicas:** Se caracterizan por la utilización de tecnologías simples y artesanales. La disponibilidad de maquinarias y herramientas es inferior a la observada en el estrato moderno.
- **Estrategia Comercial:** Las microempresas se orientan a mercados de fácil acceso o con pocas restricciones de entrada, generalmente se trata de mercados locales

### 2.1.3. Ventajas de la microempresa

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012).Pág. 42. Menciona las ventajas de la microempresa.

- De cada 100 empresas mexicanas, 96 son microempresas.
- Contribuyen con el 40.6% del empleo
- Aportan el 15% del PIB.

### 2.1.4. Desventajas de la microempresa

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012).Pág. 42. Menciona las desventajas de la microempresa.

- Limitada profesionalización.
- Crecimiento desordenado.
- Rezago tecnológico.
- Altos consumos de energía.
- Imagen comercial descuidada e insalubre.
- Administración informal ("de cajón").

- Limitados accesos al financiamiento.

#### 2.1.5. Clasificación de la microempresa

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012).Pág. 44. Existen varias microempresas en el medio comercial tales como:

- **La microempresa de producción:** Es la que se transforma los materiales e insumos en bienes de consumos finales, termina con la venta del producto.
- **La microempresa de comercio:** Es el acercamiento de bienes al intermediario y al consumidor compra mercaderías y vende a un precio mayor para obtener ganancias
- **Microempresa de servicios:** Atiende al cliente sus necesidades biológicas, sentimentales, afectivas

#### 2.1.6. Aspectos legales para la creación de la microempresa

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012).Pág. 46. Menciona que para crear una microempresa se ha convertido en una ardua tarea que implica saber muy bien que se pretende y como se va a conseguir, teniendo en cuenta la diversidad de factores que condicionan su ubicación en el mercado

Además la singularidad de cada proyecto requiere orientaciones específicas y particulares, ya que no hay ningún método capaz de responder a las necesidades y demandas de todos los emprendedores.

- **El nombre o razón social:** No requiere de permiso o autorización. Este no debe atentar a la moral ni tomar un existente, el nombre

debe ser escogido con mucho criterio y debe constituir un imán para las ventas.

- **La microempresa entrega la constancia de haber recibido el aporte económico:** El movimiento de los aportes será de responsabilidad del administrador de la microempresa.
- **Los permisos de funcionamientos:** Los obtendrá una vez que inicie su actividad, y entre ellos tenemos:
  - El permiso fiscal (RUC)
  - El permiso municipal
  - Permiso sanitario

## 2.2. La administración

Según ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). Manifiesta: *“La administración consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir es el conjunto de labores que se emprenden para alcanzar las metas u objetivos de la empresa con la ayuda de las personas y los recursos. Para ello se vale de ciertas labores esenciales como la planeación, la organización, la dirección y el control”*. Pág.52

MUNCH Lourdes, (2010).Manifestaciones: *“La administración es una actividad indispensable en cualquier organización de hecho es la manera más efectiva para garantizar su competitividad”*. Pág.23

La administración se aplica en todo tipo de corporación. Es aplicable a los administradores en todos los niveles de las empresas. La administración se ocupa del rendimiento; esto implica eficacia y eficiencia.

### 2.2.1. Objetivos de la administración

MUNCH Lourdes, (2010).Pag.23. Manifiesta los objetivos de la administración.

- Alcanza de forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social donde se plantean planes de desarrollo.
- Conseguir de manera eficiente las metas con él con el mínimo de sus recursos
- Permite a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.
- Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios de calidad tomando en cuenta que el principal factor son los clientes.
- El objetivo principal de la Administración es aprovechar los recursos que posee la empresa para lograrlo de una manera eficiente y eficaz.

### 2.2.2. Proceso administrativo

Según KOONTZ, Harold, Elementos de la Administración (2007) Dice: *“La administración es el proceso de diseñar y mantener ambientes en los que individuos, que colaboran en grupos, cumplen eficientemente objetivos seleccionados”*. Pág. 4

**El proceso administrativo presenta las siguientes fases:**

- **Planeación.-** Planear incluye seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones para lograrlos, requiere la toma de decisiones, es decir, elegir proyecto de acción futuros de entre alternativas

- **Organización.-** Es la función administrativa que implica ensamblar y coordinar los recursos humanos, físicos, información y otros que se necesiten para alcanzar las metas.
- **Integración.-** Requiere mantener cubierta las posiciones en la estructura de la organización. Esto se logra al identificar los requisitos de fuerza de trabajo volver a inventariar a las personas disponibles, y reclutar, seleccionar, colocar, promover, evaluar y planear las carreras.
- **Dirección.-** Es la función de administrar los recursos de la microempresa por parte de los administradores demostrando su eficiencia y responsabilidad en sus funciones.
- **Control.-** Es el proceso de vigilar las actividades con el fin de asegurarnos que se realicen conforme a los planes y se corrijan las desviaciones importantes.

### 2.2.3. Niveles administrativos

Según el autor KOONTZ, (2008).Pág. 35 Presenta los niveles administrativos que se desarrollan en la microempresa

- **Nivel Directivo:** Comprende los empleados a los cuales corresponden funciones de dirección general, de formulación de políticas institucionales y de adopción de planes, programas y proyectos.
- **Nivel Asesor:** Agrupa a los empleados cuyas funciones consiste en asistir, aconsejar y asesorar directamente a los empleados públicos del nivel directivo.

- **Nivel Ejecutivo:** Comprende los empleados cuyas funciones consiste en la dirección, coordinación, supervisión y control de las unidades o áreas internas encargadas de ejecutar y desarrollar las políticas, planes, programas y proyectos de las entidades
- **Nivel Administrativo:** Agrupa a los empleados cuyas funciones implica el ejercicio de actividades de orden administrativo, complementarias de las tareas propias de los niveles superiores.
- **Nivel Operativo:** El nivel operativo comprende los empleados con funciones que implican el ejercicio de labores que se caracterizan por el predominio de actividades manuales o tareas de simple ejecución.

### 2.3 Planificación estratégica

Para HINDLE Tim (2008). Manifiesta: *“La planificación estratégica es la articulación de objetivos a largo plazo y la adjudicación de los recursos necesarios para lograr tales objetivos”*. Pág. 207

Según AMARU, Antonio C. (2009). Afirma: *“Es el proceso de estructurar y esclarecer los caminos que debe tomar la organización y los objetivos a alcanzar”*. Pág. 183

Planeación estratégica es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación

#### 2.3.1 Objetivos estratégicos

Para HINDLE Tim (2008). Pag.208. Los Objetivos Estratégicos se entienden como los propósitos macro que pretende lograr el Equipo



Directivo en el período para el cual ha formulado su Plan de Desarrollo y bajo los cuales en adelante alineará y desplegará los Planes Operativos, Procesos y demás actividades conducentes a mejorar o potenciar la organización, de manera que logre su crecimiento o sostenibilidad en el mercado.

- **Posicionamiento en el Mercado:** Prestar servicios en toda su red, cumpliendo con los atributos de calidad, a fin de lograr la fidelidad de los usuarios y la confianza de los aseguradores.
- **Rentabilidad social:** Dirigir su acción prioritariamente a la sociedad en brindar un servicio de calidad.
- **Sostenibilidad Financiera:** Se
  - debe adelantar las gestiones administrativas necesarias que conduzcan a garantizar la sostenibilidad y permanencia de un sistema contable que produzca la información razonable

### 2.3.2 Tipos de estrategias

Según Para HINDLE Tim (2008). Pág. 205. (2009). Menciona: “También es importante mencionar otros tipos de estrategias existentes que normalmente son utilizadas por las organizaciones para lograr alcanzar los objetivos”.

- **Estrategias de crecimiento:** Se plantean en organizaciones que han tenido un desempeño altamente satisfactorio en cuanto a utilidades, demanda, mercado y clientes, y que sin haber abarcado completamente la totalidad del mercado, sus recursos le permiten continuar creciendo

- **Estrategias de integración:** Su propósito es el incremento de la eficiencia y del control de todas las operaciones mediante la realización de actividades y procesos que normalmente llevan a cabo otras organizaciones.
- **Estrategias Intensivas:** Se utiliza para aprovechar las oportunidades que se presentan para intensificar la penetración, el desarrollo de productos, servicios y mercados existentes.
- **Estrategias de consolidación:** Su propósito es lograr un equilibrio entre todas las áreas de la organización, mediante el desarrollo económico y tecnológico integral de la empresa con lo cual obtienen una mayor estabilidad y desarrollo.
- **Estrategias de diversificación:** Esta tiene sentido cuando la empresa no encuentra muchas oportunidades para el desarrollo futuro de sus actuales servicios.
- **Estrategia de estabilidad organizacional:** Se utiliza cuando no se desea continuar creciendo, pero se mantiene la posición en el mercado, para ellos se realiza un análisis que comprende la revisión de la misión y una evaluación de las oportunidades.
- **Estrategia de contratación:** Esta estrategia se refiere a una revisión y evaluación de los mercados existentes con el objeto de determinar aquellos que son más rentables.
- **Estrategias combinadas:** Es cuando los objetivos de rendimiento que busca la empresa no se alcanzan con la aplicación de una sola estrategia, para lo cual es necesario realizar una evolución cuidadosa.

### 2.3.3 Políticas

Según HINDLE Tim, (2008). Comenta: *“Las políticas son guías para orientar la acción, son criterios de lineamientos generales que hay que observar en la toma de decisiones, sobre problemas que se repiten una y otra vez dentro de una organización”*. Pág. 45.

HERNANDEZ Sergio, (2008). Afirma: *“Las políticas son decisiones preestablecidas que orientan la acción de los medios y operativos. Su propósito es de unificar la acción y la interpretación de situaciones relativamente previstas”*. Pág. 28

En ocasiones se confunden a las políticas con las reglas, siendo la diferencia que las reglas son mandatos preciosos que determinan la disposición, la actitud o el comportamiento que deben observar en situaciones específicas, de tal forma que las reglas son regidas, y las políticas, flexibles.

### 2.3.4 Características de las políticas

Según HERNANDEZ Sergio, (2008). Pág. 29. Manifiesta las características de las políticas

- “Facilitan la solución de problemas recurrentes y guían la implementación de las estrategias.
- Son instrumentos que sirven para implementar estrategias.
- Aclaran lo que se puede y lo que no se puede hacer con miras a alcanzar los objetivos de la organización.
- Comunicar a los empleados y gerentes de lo que se espera de ellos.

- Aumenta las probabilidades de la debida ejecución de las estrategias.
- Sientan las bases para el control administrativos.
- Permiten la coordinación a largo plazo y a lo ancho de las unidades de la organización.
- Disminuye la cantidad de tiempo que los gerentes dedican a tomar decisiones.
- Aclaran quién hará el trabajo.
- Representan un medio para poner en práctica las decisiones estratégicas.

## 2.4 Metas

DÍAS CALLEJAS Osmin, (2009). Manifiesta: *“La meta es el fin u objetivo de una acción o plan, por otra parte, el término señalado a una carrera con logros involucrados con una temática en particular que se van proponiendo como parte integrante de su trabajo y responsabilidad en el día a día”*. Pág.39

La meta en su acepción más conocida y utilizada, sirve para que cualquier persona la utilice en orden a denominar la finalidad o el objetivo que se ha trazado a cumplir en esta vida.

### 2.4.2 Las metas son importantes en la vida de las personas porque:

DÍAS CALLEJAS Osmin, (2009). Pag.41. Presenta la importancia de las metas.

- Proporcionan una dirección.
- Dan motivación para emprender situaciones duras.
- Hacen que el esfuerzo sea bien utilizado.
- Permiten que se cometan menos errores en la vida.

## **2.4. Aspectos del mercado**

### **2.4.1. Estudio de mercado**

Para, NASSIR, S. Chaín. (2007). Menciona: *“El estudio de mercado constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios”*. Pág. 54

KOTLER, Philp; ARMSTRONG, Gary (2009). Expresan: *“Una filosofía de dirección del mercado según el cual logra metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores”*. Pág. 5.

Para la realización de un proyecto es primordial la aplicación de un estudio de mercado quien se encarga de recolectar información para garantizar la factibilidad de los inversionista.

### **2.4.2. Mercado meta**

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Expresa: *“Es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado”*. Pág. 30.

El mercado meta consiste en un grupo de personas donde se comercializará el bien o servicio y quienes se convierten en los principales demandantes del mercado consumidor.

#### **2.4.3. Proyección de la Demanda**

STRONG Gary, (2012). Afirma:”. *Para proyectar la demanda se debe utilizar uno de los tres métodos de proyección de consumo aparente, con la finalidad de estimar datos de la demanda a futuro*”.Pág.26

El método de proyección de consumo aparente más recomendable es el por número de habitantes o clientes, ya que guarda relación con una de sus determinantes, como lo es el número de demandantes

#### **2.4.4. Proyección de la Oferta**

CZINKOTA Michael, (2010). Menciona: *“Proyección de oferta. Para proyectar la oferta se debe estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección”*.Pág.27

El método más recomendable es el de extrapolación de tendencia histórica, que podrá reflejar el crecimiento del número de oferentes.

#### **2.4.5. Producto**

JANY CASTRO José Nicolás, (2009). Manifiesta: *“El productos son combinaciones tangibles e intangibles, el producto es también un complejo símbolo que denota status, gusto, posición, logros y aspiraciones”*. Pág.296

PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent, (2009). Afirma: *“El producto es todo aquello que la empresa o que la organización elabora o fabrica para ofrecer al mercado y*

*satisfacer determinadas necesidades de los consumidores”.*  
Pág.68

El producto es representado por un bien o servicios que las empresas lo realizan para poner a disposición del mercado consumidor, este producto tiene un precio que está de acuerdo a su costo de producción como también a la competencia de productos similares.

#### **2.4.6. Precio**

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Expresa: *“Es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado”.* Pág. 30.

El precio es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad(es un atributo con el potencial para satisfacer necesidades o deseos) que se necesitan para adquirir un producto.

#### **2.4.7. Promoción**

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Expresa: *“Es una herramienta de mercadotecnia diseñada para persuadir, estimular, informar y recordar al consumidor sobre la existencia de un producto o servicio, por medio de un proceso de comunicación, así como de ventas y de imagen de la empresa en un tiempo y lugar determinados”.* Pág. 59

Los autores STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2007).Citan: *“Como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo”.* Pág. 506.

Esta herramienta de la mercadotecnia es utilizada para promocionar un bien o un servicio con la finalidad de llegar a los principales consumidores potenciales quienes se convierten en los principales demandantes para garantizar su estancia en el mercado.

#### **2.4.8. Distribución**

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, (2008). Afirma *“La mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, una serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio.”* Pág. 471

La distribución consiste en la aplicación de técnicas adecuadas para la entrega de los bienes o servicios a los diferentes lugares donde lo requieren, esta técnica es muy importante porque garantiza el prestigio y la imagen de la empresa.

#### **2.4.9. El servicio**

Para LOVELOCK, Christopher, y WIRTZ Jochen. (2009). Dice: *“Los servicios son actividades económicas que se ofrecen de una parte a otra, las cuales generalmente utilizan desempeños basados en el tiempo para obtener los resultados deseados en los propios receptores, en objetos o en otros bienes de los que los compradores son responsables”.* Pág. 15

El servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente, es una actividad desarrollada con la idea de fijar una expectativa en el resultado logrando atraer y mantener a los clientes fijos.



#### 2.4.10. Características de los servicios

Para LOVELOCK, Christopher, y WIRTZ Jochen. (2009). Pág.18. Presenta las principales del servicio.

- **Intangibilidad:** A diferencia de los productos físicos, los servicios no se pueden experimentar a través de los sentidos antes de su adquisición. Para reducir la incertidumbre, los compradores buscan signos que demuestren la calidad: sacarán conclusiones de establecimientos, las personas la maquinaria, el material de comunicación, los símbolos y el precio. Por lo tanto, lo que deben hacer las empresas de servicios es “administrar la evidencia” y “hacer tangible lo intangible”.
- **Inseparabilidad:** Los servicios se producen y se consumen a la vez. Si el servicio lo presta una persona, ésta es parte del servicio. Como el cliente estará presente durante la prestación del servicio, la interacción entre cliente y proveedor es una de las características especiales del marketing de los servicios.
- **Variabilidad:** Los servicios son muy variables, puesto que depende de quién los presta, cuándo y a dónde. Los compradores son conscientes de esta alta variabilidad, por lo que generalmente se informan antes de contratar a un proveedor específico.
- **Caducidad:** Los servicios no se pueden almacenar. El carácter perecedero no resulta problemático cuando la demanda es estable, pero cuando la demanda fluctúa, las empresas de servicios enfrenta dificultades.

## **2.5. Aspectos técnicos**

### **2.5.1. Macro localización del proyecto**

Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: *“El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la Macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto.”* Pag.49

La Macro localización determina en forma clara la región, provincia, cantón; es importante establecer las coordenadas geográficas con el fin de mejorar la precisión del proyecto con lo cual se tiene una localización muy confiable.

### **2.5.2. Micro localización del proyecto**

Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: *“Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes.”* Pág. 50

La micro localización realiza la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa, como también permite indicar la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará.

### **2.5.3 Ingeniería del proyecto**

Para los autores SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo (2008), en su obra literaria Preparación y evaluación de proyectos conceptualizan que: *“Es el que*

*ayuda a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado". Pág. 144.*

La ingeniería del proyecto es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

#### **2.5.4 Diagrama de bloque**

ORTTEGÓN PACHECO Javier, (2007). Manifiesta: *"El diagrama de bloques es la representación gráfica del funcionamiento interno de un sistema, que se hace mediante bloques y sus relaciones, y que, además, definen la organización de todo el proceso interno, sus entradas y sus salidas".*Pág.23

Un diagrama de bloques de procesos de producción es un diagrama utilizado para indicar la manera en la que se elabora cierto producto alimenticio, especificando la materia prima, la cantidad de procesos y la forma en la que se presenta el producto terminado.

#### **Tipos:**

- Diagrama de bloques de procesos de producción industrial
- Diagrama de bloques de modelo matemático

#### **2.5.5 Flujo grama de producción**

MIRANDA Juan, (2008). Menciona: *"En todo proceso productivo de elementos para la construcción, se realizan una serie de actividades las cuales guardan estrecha relación entre sí; la calidad del producto final dependerá de*

*que los diferentes procesos se realicen cumpliendo con los requisitos técnicos”.Pág.58*

De la misma manera, en cada proceso desde las actividades iniciales hasta las finales, deben organizarse por etapas claramente definidas, que concluyen en la elaboración del producto. En nuestro caso el producto final es el bloque de concreto; la secuencia del desarrollo de las actividades de este proceso.

## **2.6. Inversión**

*AGUIRRE Juan Antonio, (2007). Afirma: “La inversión es el acto mediante el cual se invierten ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio, con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto, a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo”.Pág.191*

Desde una consideración amplia, la inversión es toda materialización de medios financieros en bienes que van a ser utilizados en un proceso productivo de una empresa o unidad económica, y comprendería la adquisición tanto de bienes de equipo, como de materias primas, servicios. Desde un punto de vista más estricto, la inversión comprendería sólo los desembolsos de recursos financieros destinados a la adquisición de instrumentos de producción, que la empresa va a utilizar durante varios periodos económicos.

### **Las tres variables de la inversión:**

Las cantidades dedicadas para inversiones de los agentes dependen de varios factores. Los tres factores que condicionan más decisivamente a esas cantidades son:

- Rendimiento esperado, positivo o negativo, es la compensación obtenida por la inversión, su rentabilidad.
- Riesgo aceptado, la incertidumbre sobre cuál será el rendimiento real que se obtendrá al final de la inversión, que incluye además la estimación de la capacidad de pago (si la inversión podrá pagar los resultados al inversor).
- Horizonte temporal, a corto, mediano, o largo plazo; es el periodo durante el que se mantendrá la inversión.

### **2.6.1. Inversión variable**

AGUIRRE Juan Antonio, (2009). *La inversión Variable lo que hace al invertir es comprar parte de una empresa mediante acciones, por lo que se convierte en socio de la misma. Sin embargo, a diferencia de los Instrumentos de Deuda, en la Renta Variable, no existen ni tasas ni plazos.*  
Pág.36

La inversión variable consiste en obtener una ganancia o pérdida estará dada por la diferencia entre lo que se pagó por la acción y el valor de ella en el momento de la venta, aunque también se gana en caso de que existan utilidades en la empresa y se repartan por concepto de dividendos a los socios.

## **2.7. Control sustento tributario**

### **2.7.1. Obligaciones tributarias**

#### **RUC**

Según el manual emitido por el SRI (2.012) afirma: *“El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el número de identificación personal e intransferible de todas aquellas*

*personas naturales y jurídicas, tanto nacionales como extranjeras, que realicen actividades económicas.”*

Se debe sacar el RUC al iniciar una actividad económica, el plazo será máximo de 30 días hábiles después de haber iniciado la actividad económica, el número está compuesto por trece números y varía según el tipo de Contribuyente, además registra información relativa al contribuyente.

- **Tipos de contribuyentes**

Para fines tributarios las pequeñas y medianas empresas de acuerdo al tipo de RUC que posean se las divide en personas naturales y sociedades. De acuerdo a cual sea su caso

- **Personas Naturales**

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/31> (2.011) manifiesta: *“Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas.”*

Están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad:

Obligados a llevar contabilidad: Todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000,00, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000,00, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000,00.

Personas no Obligadas a llevar contabilidad: Las personas que no cumplan con lo anterior, sin embargo deberán llevar un registro de sus ingresos y egresos.

Los plazos para presentar las declaraciones y pagar los impuestos se establecen conforme el noveno dígito del RUC.

- **Personas Jurídicas**

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/33@public> afirma: *“Las Sociedades son personas jurídicas que realizan actividades económicas lícitas amparadas en una figura legal propia. Estas se dividen en privadas y públicas, de acuerdo al documento de creación.”*

Las Sociedades están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica. Los plazos para presentar estas declaraciones se establecen conforme el noveno dígito del RUC.

Las Sociedades deberán llevar la contabilidad bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el (RUC).

- **Impuesto al valor agregado (IVA)**

[www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)(2.011) explica: *“El Impuesto al valor agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados. Existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0%.”*

Este impuesto se declara de forma mensual si los bienes que se transfieren o los servicios que se presten están gravados con tarifa 12%; y de manera semestral cuando exclusivamente se transfieran bienes o se presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, así como aquellos que estén sujetos a la retención total del IVA causado, a menos que sea agente de retención de IVA (cuya declaración será mensual).

- **Impuesto a la renta**

*www.sri.gob.ec (2.012) afirma: “El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1o. de enero al 31 de diciembre.”*

Para calcular el impuesto que debe pagar un contribuyente, sobre la totalidad de los ingresos gravados se restará las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos. A este resultado lo llamamos base imponible.

La declaración del Impuesto a la Renta es obligatoria para todas las personas naturales, sucesiones indivisas y sociedades, aun cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos.

Los plazos para la presentación de la declaración, varían de acuerdo al noveno dígito de la cédula o RUC, de acuerdo al tipo de contribuyente en el mes de marzo las personas naturales y las sociedades en el mes de abril.

Para el año 2.012 la tabla vigente para liquidar el Impuesto a la Renta es la siguiente:



**CUADRO No.36**  
**IMPUESTO A LA RENTA PARA EL AÑO 2.012**

<b>Impuesto a la Renta - Año 2.012</b>			
<b>Fracción Básica</b>	<b>Exceso Hasta</b>	<b>Impuesto Fracción Básica</b>	<b>Impuesto Fracción Excedente</b>
0,00	9.720	0	0%
9.720	12.380	0	5%
12.380	15.480	133	10%
15.480	18.580	443	12%
18.580	37.160	815	15%
37.160	55.730	3.602	20%
55.730	74.320	7.316	25%
74.320	99.080	11.962	30%
99.080	En adelante	19.392	35%

Fuente: SRI

Elaborado: Por la autora

Las sociedades constituidas en el Ecuador así como las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país que obtengan ingresos gravables, estarán sujetas a la tarifa impositiva del 24% sobre su base imponible para el año 2.011 y para el año 2.012 la tarifa el impuesto será del 23%.

Las sociedades que reinviertan sus utilidades en el país podrán obtener una reducción de 10 puntos porcentuales de la tarifa del Impuesto a la Renta sobre el monto reinvertido en activos productivos, siempre y cuando lo destinen a la adquisición de maquinarias nuevas o equipos nuevos que se utilicen para su actividad productiva, así como para la adquisición de bienes relacionados con investigación y tecnología que

mejoren productividad, generen diversificación productiva e incremento de empleo, para lo cual deberán efectuar el correspondiente aumento de capital. En el caso de instituciones financieras privadas, cooperativas de ahorro y crédito y similares, también podrán obtener dicha reducción, siempre y cuando lo destinen al otorgamiento de créditos para el sector productivo, incluidos los pequeños y medianos productores, y efectúen el correspondiente aumento de capital.

- **Anticipos**

www.sri.gob.ec (2.011) afirma: Los contribuyentes están obligados a determinar en su declaración de Impuesto a la Renta, el anticipo a pagarse con cargo al ejercicio fiscal corriente calculado de la siguiente forma:

- ❖ Para las personas naturales y sucesiones indivisas no obligadas a llevar contabilidad.- Una suma equivalente al 50% del Impuesto a la Renta determinado en el ejercicio anterior, menos las retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta que les hayan sido practicadas en el mismo ejercicio.
- ❖ Para las personas naturales y sucesiones indivisas obligadas a llevar contabilidad y las sociedades.- La suma matemática del 0.2% del patrimonio total + 0.2% del total de costos y gastos deducibles a efecto del Impuesto a la Renta + 0.4% del activo total + 0.4% del total de ingresos gravables a efecto del impuesto a la renta.

El anticipo constituye crédito tributario para el pago de Impuesto a la Renta y se lo pagará en tres cuotas; las dos primeras, en los meses de julio y septiembre de acuerdo al noveno dígito del RUC y la tercera cuota, se pagarán conjuntamente con la declaración del Impuesto a la Renta

- **Reglamento de facturación**

Según el reglamento de facturación (2.010) dice: *“Los comprobantes de venta son documentos autorizados previamente por el SRI, que respaldan las transacciones efectuadas por los contribuyentes en la transferencia de bienes o por la prestación de servicios o la realización de otras transacciones gravadas con tributos, a excepción de los documentos emitidos por las instituciones del Estado que prestan servicios administrativos y en los casos de los trabajadores en relación de dependencia.”*

Están obligados a emitir y entregar comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de impuestos, a pesar de que el adquirente no los solicite o exprese que no los requiere y podrán ser llenados en forma manual, mecánica o a través de sistemas computarizado, la falta de emisión incompleta, falsa o entrega constituyen casos de defraudación que serán sancionados de conformidad con el Código Tributario. Se solicitarán al Servicio de Rentas Internas la autorización para la impresión y emisión de los comprobantes de venta y sus documentos complementarios, así como de los comprobantes de retención, a través de los establecimientos gráficos autorizados

Los comprobantes de venta, documentos complementarios y comprobantes de retención, deberán conservarse durante el plazo mínimo de 7 años, de acuerdo a lo establecido en el Código Tributario respecto de los plazos de prescripción.

- **Cumplimiento de las obligaciones tributarias**

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/136@public> . Presenta el cumplimiento de las obligaciones.

**Obtener el RUC.** El Registro Único de Contribuyentes, conocido por sus siglas como RUC, corresponde a la identificación de los contribuyentes que realizan una actividad económica lícita.

Si existen cambios en la información otorgada en la inscripción al RUC, deberá acercarse a actualizar su registro en un plazo no mayor a 30 días.

- **Presentar declaraciones.** Las Sociedades deben presentar las siguientes declaraciones de impuestos a través del Internet en el Sistema de Declaraciones.
- **Declaración de impuesto al valor agregado (IVA):** Se debe realizar mensualmente, en el Formulario 104, inclusive cuando en uno o varios períodos no se haya registrado venta de bienes o prestación de servicios, no se hayan producido adquisiciones.
- **Declaración del Impuesto a la renta:** La declaración del Impuesto a la Renta se debe realizar cada año en el Formulario 101, consignando los valores correspondientes en los campos relativos al Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados y conciliación tributaria.
- **Pago del anticipo del impuesto a la renta:** Se deberá pagar en el Formulario 106 de ser el caso.
- **Declaración de retenciones en la fuente del impuesto a la renta:** Se debe realizar mensualmente en el Formulario 103, aun cuando no se hubiesen efectuado retenciones durante uno o varios períodos mensuales.
- **Presentar anexos.** Los anexos corresponden a la información detallada de las operaciones que realiza el contribuyente y que están obligados a presentar mediante Internet en el Sistema de Declaraciones, en el periodo indicado conforme al noveno dígito del RUC.
- **Anexo de retenciones en la fuente del impuesto a la renta por otros conceptos REOC:** Es un reporte mensual de información relativa de compras y retenciones en la fuente, y deberá ser presentado a mes subsiguiente.
- **Anexo transaccional simplificado (ATS).** Es un reporte mensual de la información relativa a compras, ventas, exportaciones, comprobantes anulados y retenciones en general, y deberá ser presentado a mes

subsiguiente. La presentación del anexo ATS reemplaza la obligación del anexo REOC.

- **Anexo de impuesto a la renta en relación de dependencia (RDEP):**  
Corresponde a la información relativa a las retenciones en la fuente del Impuesto a la Renta realizadas a sus empleados bajo relación de dependencia por concepto de sus remuneraciones en el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre. Deberá ser presentado una vez al año en el mes de febrero.

## **2.8. Estados financieros**

### **2.8.1. Estado de situación financiera**

ZAPATA S. Pedro, Contabilidad General, (2007). Expresa:  
*“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de activo, pasivo y patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento dado.”* Pág. 74

El balance general es un estado financiero que muestra los recursos de que dispone la entidad para la realización de sus actividades de sus fines de activo y las fuentes externas e internas de dichos recursos de pasivo más capital contable.

### **2.8.2. Estado de resultados**

Según, El Autor ZAPATA, S. Pedro. (2008), Expone que:  
*“Es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos durante un periodo determinado.”* Pág. 306.

Para GITMAN, Laurence J. (2007). Afirma: *“El balance de Resultados proporciona un resumen financiero de los*

*resultados operativos de la empresa durante un periodo específico.” Pág. 41.*

El estado de pérdidas y ganancias es un informe que se lo realiza para conocer el movimiento tanto de los ingresos como los gastos de la empresa durante un periodo determinado

### **2.8.3. Estado de flujo de caja**

Para GALINDO, R. Carlos Julio (2008). Afirma: *“El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado.”* Pág. 45

GITMAN Lawrence, (2007), Expresa: *“Proporciona un resumen de los flujos de efectivo operativos, de inversión y de financiamiento de la empresa, y los reconcilia con los cambios en el efectivo y los valores negociables de la empresa durante el periodo”.* Pág. 60

El estado de flujo de caja es un informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura.”

## **2.9. Indicadores financieros**

### **2.9.1. Financiamiento**

GITMAN Lawrence. (2007). Afirma: *“Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que*

*generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.”. Pág. 31*

Se llama financiamiento al hecho de proporcionar o suministrar dinero o capital a una empresa o individuo para conseguir recursos o medios para la adquisición de algún bien o servicio. Según su plazo de vencimiento una financiación puede dividirse en corto y largo plazo. Siendo la de corto plazo aquella cuyo tiempo de devolución es menor a un año. La de largo plazo es aquella en la que el vencimiento es mayor.

### **2.9.2. Valor actual neto (VAN)**

Según SAPAG Nassir (2008). Manifiesta: *“El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual”*. Pág. 321

El valor actual neto es el método más conocido y el más aceptado porque mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

La fórmula que permite calcular el Valor Actual neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

### **2.9.3. Tasa interna de retorno (TIR)**

Según, FONTAINE R. Ernesto, (2008). Manifiesta: *“Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero.”* Pág.100

Para, DÍAZ M. Ángel. (2008). Afirma: *“Es la tasa de descuento que iguala el valor de los desembolsos previstos*

*(inversiones) con el valor de los flujos de tesorería esperados, ambos actualizados.” Pág. 174.*

La tasa interna de retorno presenta la tasa de rentabilidad de los recursos invertidos en el plan de negocio, por tanto, se define como la tasa que iguala el valor de la inversión.

Está representado por la siguiente formula:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

#### **2.9.4. Periodo de oportunidad**

Según, FLORES U. Juan A. (2007). Expresa: *“Que la recuperación se da cuando dentro de un año el resultado obtenido del Flujo de Fondos totalmente netos se recupera la inversión.”* Pág. 119

Los autores SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo. (2008). Manifiestan que: *“Ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa.”* Pág. 329.

El periodo de oportunidad es conocido como el número esperado de períodos que se requieren para que se recupere una inversión realizada en un proyecto.

#### **2.9.5. Punto de equilibrio**

ACHING, Guzmán C. (2007). Expone: *“Permite calcular la cuota inferior o mínima de unidades a producir y vender para que un negocio no incurra en pérdidas”.* Pág. 197.



NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: *“El punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total y de ingreso total”*. Pág. 85.

El punto de equilibrio es utilizado para el análisis y la planeación empresarial y su utilidad requiere para respaldar la toma de decisiones en situaciones poco complejas y además permite captar con mayor facilidad muchos aspectos económicos de los negocios

## **2.10. La confección**

[http://laconfeccion.trovitargentina.com\\_](http://laconfeccion.trovitargentina.com_)Manifiesta: *“La confección es una actividad de la industria textil que se vinculan, de forma artesanal, con el diseño de moda. Oficios tradicionales como el sastre, el modisto o la costurera se dedican a las «hechuras» a medida de prendas de vestir.*

La confección es importante para diseñadores completos que permite conocer este arte, tanto como el diseño de vestuario, el conocimiento de alta costura.

### **2.10.1. Proceso de Confección**

<Http://es.scribd.com/doc/80186812/proceso-industrial-de-confeccion-de-ropa>. Presenta el proceso de confección.

- Dichas características pueden ser de naturaleza muy variada tales como la forma, la densidad, la resistencia, el tamaño o la estética. Se realizan en el ámbito de la industria.
- Para la obtención de un determinado producto serán necesarias multitud de operaciones individuales de modo que, dependiendo de la escala de observación.

- En el ámbito industrial se suelen considerar convencionalmente los procesos elementales que se indican, agrupados en dos grandes familias

#### **2.10.2. Nivel productivo del proceso de confección**

<http://arevaloorejuelasarapatricia/proceso-de-confeccion-de-un-terno.html>. Afirma: *“El nivel productivo se refiere al potencial máximo de producción de una empresa cuando utiliza las técnicas de producción más avanzadas y utiliza al máximo su espacio físico y equipo”*.<sup>218</sup>

El concepto nivel de producción es la magnitud de la producción cuando ésta ha sido reducida a menos de su (máxima) “capacidad productiva”.

Dentro de los límites de la capacidad productiva, una empresa puede variar el nivel de producción para ajustarse a las condiciones del mercado, podrá limitar su producción, utilizando menos espacio físico, reduciendo el tiempo de operaciones, el número de unidades de trabajo, etc. con la finalidad de ajustarse a las condiciones del mercado.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **Presentación**

El presente estudio está encaminado a la creación de una microempresa de confección de prendas de vestir, como: blusas, ternos de niña, leggins, vestidos, calentadores, multiusos, ternos de baño, bermudas, enterizos, pareos entre los más demandados por el mercado. Con este emprendimiento se pretende satisfacer la necesidad de las empresas textiles que se dedican a la producción de estos artículos y por no poder alcanzar los niveles de producción contratan servicios de confección.

En el presente estudio de mercado, se analizarán los factores que determinan los potenciales clientes para la microempresa de confección de prendas de vestir, para lo cual, es indispensable utilizar herramientas estadísticas, además de una información real y concisa para visualizar de manera cualitativa y cuantitativa el mercado en el cual se implantará y se atenderá para ofrecer dichos servicios, de tal manera establecer el nicho de mercado al cual se pretende ingresar.

Además se establecerán estrategias diferenciadoras con respecto a la competencia, considerando que la satisfacción del cliente es lo primordial en la microempresa. Finalmente, el estudio de mercado dará la información acerca del precio en el mercado que se debe cobrar por servicio realizado, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones, consecuentes del crecimiento esperado de la microempresa.

### **3.1. Objetivos del Estudio de Mercado**

#### **3.1.1. Objetivo General**

Efectuar un estudio de mercado para determinar la demanda, oferta, precio y comercialización del servicio de confección de prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui.

#### **3.1.2. Objetivos Específicos**

- Efectuar un análisis de la demanda del servicio de confección de prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui.
- Conocer la oferta del servicio de confección de prendas de vestir en el área de influencia del proyecto.
- Analizar el precio del servicio de confección de prendas de vestir en el sector.
- Diseñar las estrategias comerciales para la introducción y posicionamiento del servicio de confección de prendas de vestir en la ciudad.

### **3.2. Variables e Indicadores**

#### **3.2.1. Demanda**

- Tipo de prendas
- Calidad del servicio
- Motivos para contratar
- Ofertante del servicio
- Lugar del ofertante
- Aspectos para contratar

- Frecuencia para contratar
- Cantidad
- Crecimiento de las ventas
- Medio de comunicación

### **3.2.2. Oferta**

- Tiempo en la actividad
- Rentabilidad
- Razones por la actividad
- Tipo de prenda
- Frecuencia
- Cantidad
- Tipo de capital
- Talento humano
- Número de empleados
- Tipo de maquinaria
- Medio de comunicación

### **3.2.3. Precio**

- Precio del servicio
- Precio de la oferta
- Asignación de precio

### **3.2.4. Estrategias comerciales**

- Canal de comercialización
- Servicio
- Precio
- Publicidad

### 3.3. Matriz de Relación Diagnóstica.- CUADRO No.37 MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	INFORMANTE
Efectuar un análisis de la demanda del servicio de confección de prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de prendas</li> <li>• Calidad del servicio</li> <li>• Motivos para contratar</li> <li>• Ofertante del servicio</li> <li>• Lugar del ofertante</li> <li>• Aspectos para contratar</li> <li>• Frecuencia para contratar</li> <li>• Cantidad</li> <li>• Crecimiento de las ventas</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Empresas textiles
Conocer la oferta del servicio de confección de prendas de vestir en el área de influencia del proyecto.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo en la actividad</li> <li>• Rentabilidad</li> <li>• Razones por la actividad</li> <li>• Tipo de prenda</li> <li>• Frecuencia</li> <li>• Cantidad</li> <li>• Tipo de capital</li> <li>• Talento humano</li> <li>• Número de empleados</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Competencia

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de maquinaria</li> </ul>			
Analizar el precio del servicio de confección de prendas de vestir en el sector.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio del servicio</li> <li>• Precio de la oferta</li> <li>• Asignación de precio</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Empresas textiles Competencia
Diseñar las estrategias comerciales para la introducción y posicionamiento del servicio de confección de prendas de vestir en la ciudad.	Estrategias comerciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canal de comercialización</li> <li>• Servicio</li> <li>• Precio</li> <li>• Publicidad</li> </ul>	Primaria Secundaria	Encuesta Bibliográfica	Empresas textiles Competencia Libros especializados

Elaborado por: La autora

### **3.4. Mecánica Operativa**

#### **3.4.1. Identificación de la Población**

Las poblaciones sujetas a investigación fueron: 63 empresas textiles que demandan el servicio de confección, este dato se obtuvo del diagnóstico efectuado en el sector de influencia del proyecto. Como también a 16 unidades productivas que ofrecen el servicio de confección de prenda de vestir en la localidad, cuya información fue obtenida mediante investigación directa. Para el levantamiento de las encuestas se aplicó el censo por considerarse que las poblaciones a investigar son pequeñas.

#### **3.4.2. Fuentes de información**

- **Información primaria**

**Encuesta:** fue aplicada tanto a demandantes y oferentes del servicio de confección de prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui.

**Observación directa:** consistió visitar personalmente los lugares en estudio.

- **Información secundaria**

Para la recopilación de la información secundaria de aspectos relacionados con el presente trabajo de investigación, se utilizó las siguientes fuentes: cámara de comercio, documentos oficiales, INEC, e internet.

### **3.5. Tabulación y Análisis de la Información**

Para efectuar el levantamiento de la información, primeramente se aplicó la encuesta piloto para definir los aspectos correctos a investigar, a continuación los resultados.



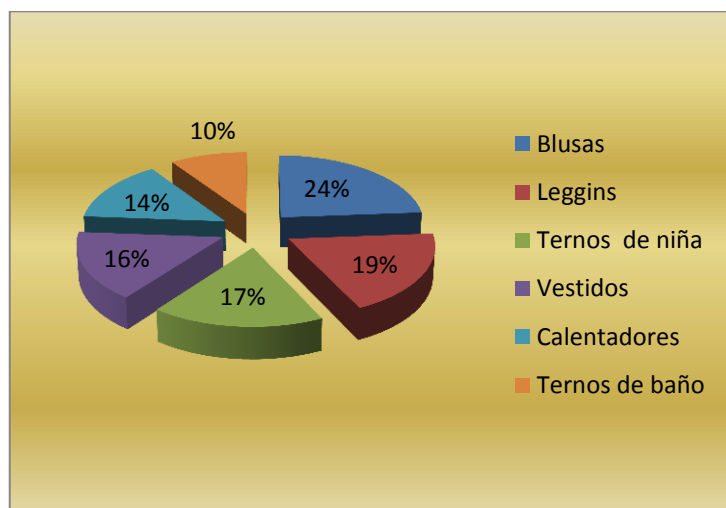
**3.5.1. Encuesta dirigida a las empresas que contratan servicios de confección de la ciudad de Atuntaqui.**

**1. ¿Para qué tipo de prenda de vestir utiliza con mayor frecuencia el servicio de confección?**

**CUADRO No. 38 TIPO DE PRENDAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Blusas	15	24
Leggins	12	19
Ternos de niña	11	17
Vestidos	10	16
Calentadores	9	14
Ternos de baño	6	10
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 23 TIPO DE PRENDAS**



Fuente: Empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

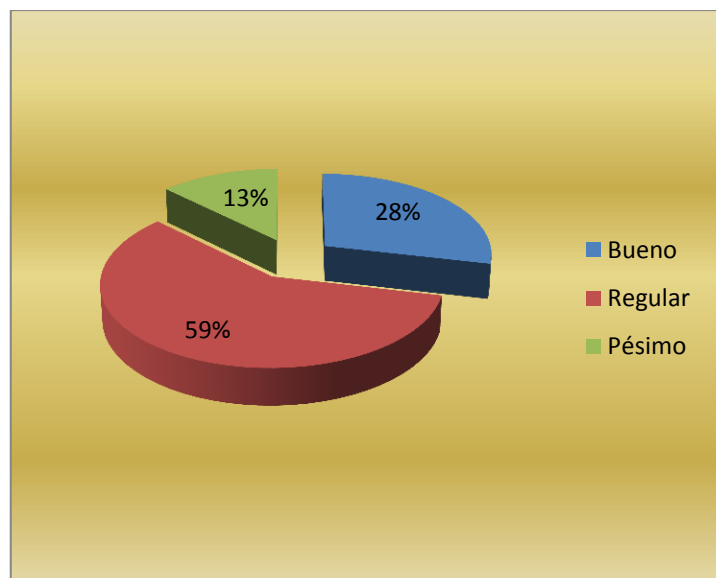
La mayoría de las empresas textiles utilizan el servicio de confección para la realización de blusas, porque es el producto que mayor demanda tiene en el mercado, seguido por los leggins, ternos de niñas que son prendas que el cliente acostumbra adquirir, finalmente se tiene calentadores y ternos de baño, también para la contratación del servicio depende mucho de la temporada donde se incrementan las ventas.

## 2. ¿La calidad del servicio de confección que contrató es?

**CUADRO No. 39**  
**CALIDAD DEL SERVICIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Bueno	18	29
Regular	37	59
Pésimo	8	13
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.24**  
**CALIDAD DEL SERVICIO**



Fuente: Empresas textiles  
Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

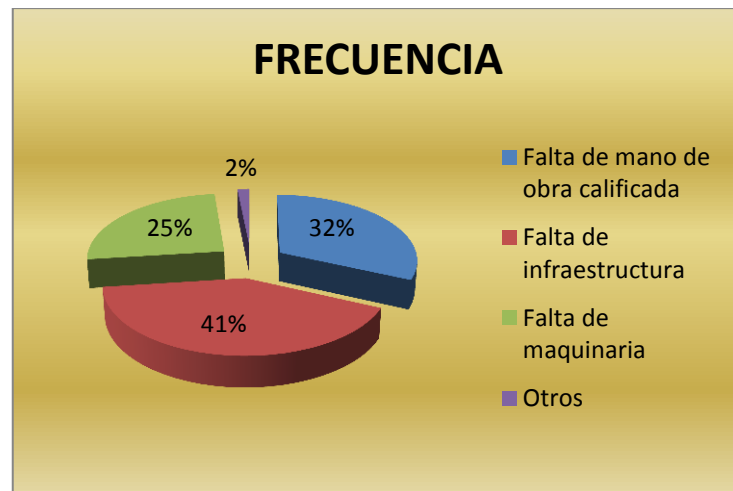
Con respecto a la calidad del servicio que contratan manifiestan que es regular casi no cumplen con lo esperado, casi siempre presentan algún tipo de inconvenientes que no les deja cumplir con los trabajos, en un menor porcentaje se encuentra un servicio bueno que se fija en todos los detalles que se necesita en la confección de las prendas, finalmente está el servicio pésimo que no se preocupan por entregar el producto en los tiempos previstos.

3. ¿Cuál es el motivo para contratar servicios de confección de prendas de vestir?

**CUADRO No.40**  
**MOTIVOS PARA CONTRATAR**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Falta de mano de obra calificada	20	32
Falta de infraestructura	26	41
Falta de maquinaria	16	25
Otros	1	2
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.25**  
**MOTIVOS PARA CONTRATAR**



Fuente: Empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

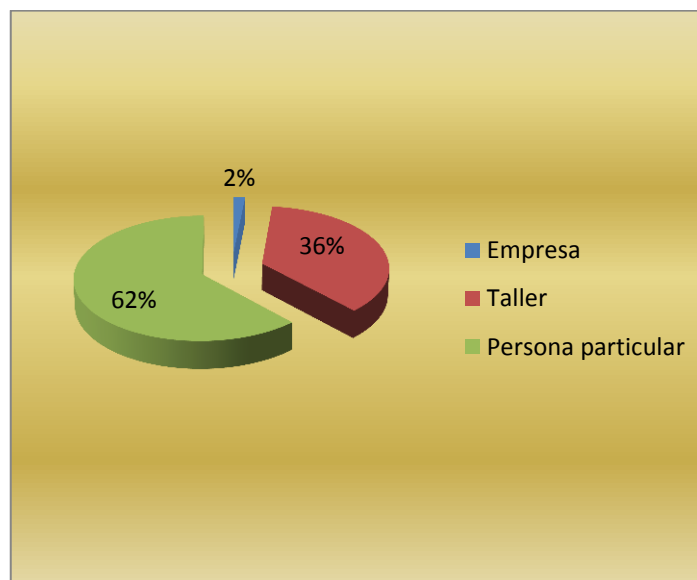
El motivo principal para contratar el servicio de confección es por la falta de infraestructura para realizar la producción del producto, pues en ocasiones la demanda del producto es muy alta lo que requiere abastecer en grandes cantidades, también se da por la falta de mano de obra calificada no cuenta con los conocimientos necesarios para ser eficientes en su trabajo, en un porcentaje menor no cuentan con las maquinarias necesaria para abastecer la producción.

#### 4. ¿Quién le brinda el servicio de confección?

**CUADRO No.41**  
**OFERTANTE DEL SERVICIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Empresa	1	2
Taller	23	37
Persona particular	39	62
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.26**  
**OFERTANTE DEL SERVICIO**



Fuente: Empresas textiles  
Elaborado por: La autora

#### **ANÁLISIS:**

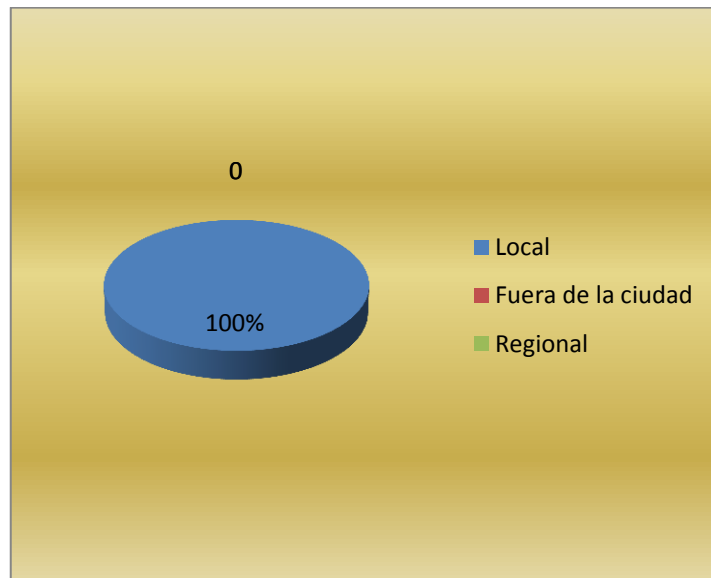
Quienes brindan este tipo de servicio son personas particulares quienes poseen conocimientos necesarios para realizar el trabajo, además son profesionales que han estudiado para poder brindar el servicio, también se encuentran los talleres quienes están formados por varias personas que se dedican a este tipo de actividad quienes han hecho de este trabajo un sustento económico que garantiza una mejor calidad de vida para sus familias.

5. ¿De dónde es la empresa o persona que le brinda el servicio?

**CUADRO No.42**  
**LUGAR DEL OFERTANTE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Local	63	100
Fuera de la ciudad		
Regional		
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.27**  
**LUGAR DEL OFERTANTE**



Fuente: Empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

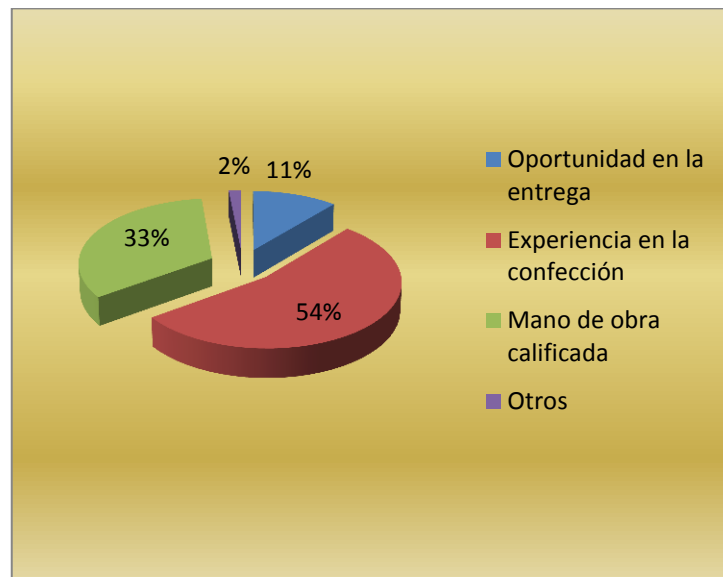
La empresa o persona que brinda el servicio en un cien por ciento son de la misma localidad, son personas que se dedican a este tipo de actividad, porque cuentan con la maquinaria necesaria para realizar el trabajo como también cuentan con los conocimientos necesarios en lo que se refiere a la confección.

6. ¿Al momento de contratar el servicio de confección que aspecto toma en cuenta usted?

**CUADRO No.43**  
**ASPECTOS PARA CONTRATAR**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Oportunidad en la entrega	7	11
Experiencia en la confección	34	54
Mano de obra calificada	21	33
Otros	1	2
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.28**  
**ASPECTOS PARA CONTRATAR**



Fuente: Empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

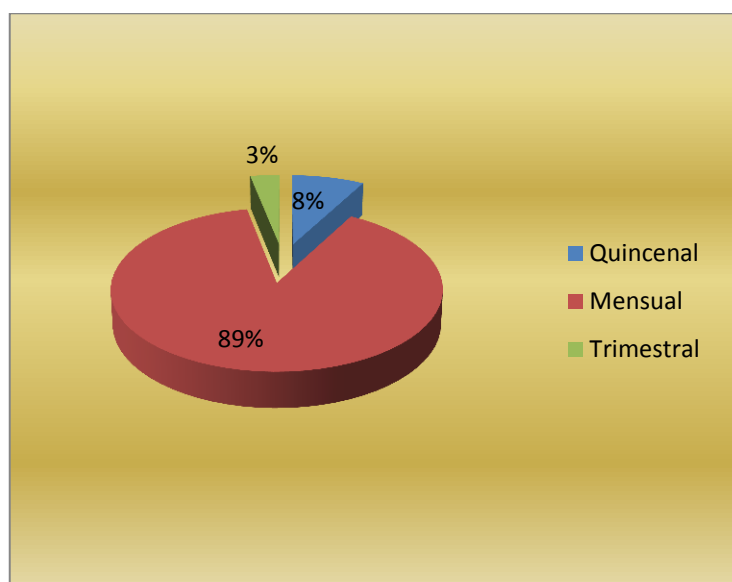
El aspecto más importante que toman en cuenta las empresas para la contratación del servicio es la experiencia que poseen en la confección de prendas de vestir, porque depende del trabajo que realicen para obtener un producto de calidad, también consideran que la mano de obra sea totalmente calificada al igual que la entrega del trabajo sea oportuna es decir en el tiempo establecido.

**7. ¿Cuál es la frecuencia para contratar el servicio de confección de prendas de vestir?**

**CUADRO No.44**  
**FRECUENCIA PARA CONTRATAR**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Quincenal	5	8
Mensual	56	89
Trimestral	2	3
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.29**  
**FRECUENCIA PARA CONTRATAR**



Fuente: Empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

Los dueños de las empresas textiles contratan este tipo de servicio de confección mensualmente, ya que no se abastecen en la propia empresa realizar el trabajo, en ocasiones lo realizan cada quincenalmente esto depende de los pedidos que se presente de los distintos clientes de diferentes ciudades, También cuando la demanda esta baja lo hace trimestralmente.

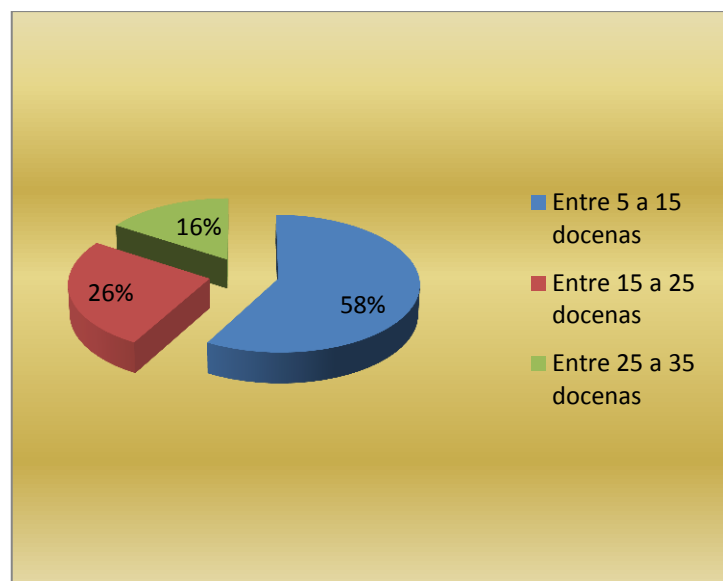
8. ¿Para cuántas docenas de prendas de vestir utiliza el servicio de confección mensualmente?

➤ **BLUSAS**

**CUADRO No.45**  
**CANTIDAD DE BLUSAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 5 a 15 docenas	37	58
Entre 15 a 25 docenas	16	26
Entre 25 a 35 docenas	10	16
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.30**  
**CANTIDAD DE BLUSAS**



Fuente: Empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

El servicio de confección que contratan en su mayoría es para la realización entre 5 a 15 docenas de blusas, las mismas deben ser entregadas en el tiempo previsto y con todos los detalles dichos.

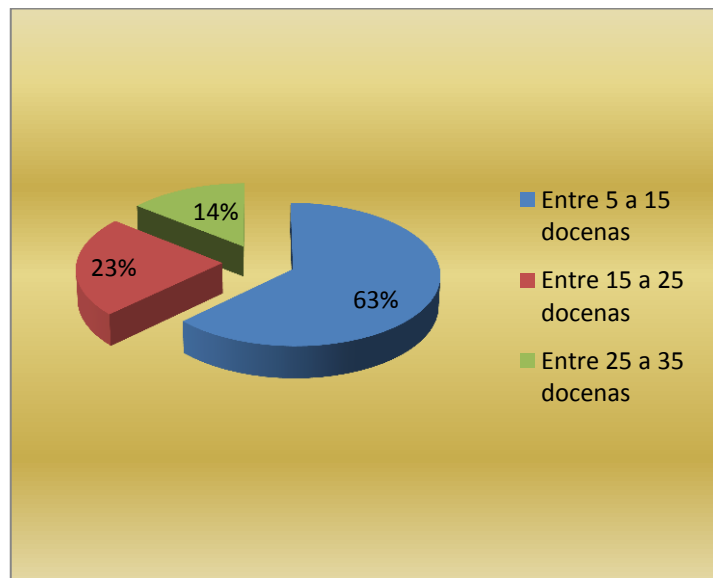


➤ **LEGGINS**

**CUADRO No.46**  
**CANTIDAD DE LEGGINS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 5 a 15 docenas	40	63
Entre 15 a 25 docenas	14	23
Entre 25 a 35 docenas	9	14
<b>TOTAL</b>	63	100

**GRÁFICO No.31**  
**CANTIDAD DE LEGGINS**



Fuente: Empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

La mayoría de empresas para la confección de 5 a 15 docenas de leggins contratan el servicio de confección son quienes su ventas las realizan a nivel local, pero también se encuentra quienes realizan entre 15 a 25 y de 25 a 35 docenas son empresas que se dedican a la importación del producto y requieren en más cantidad.

➤ **TERNOS DE NIÑA**

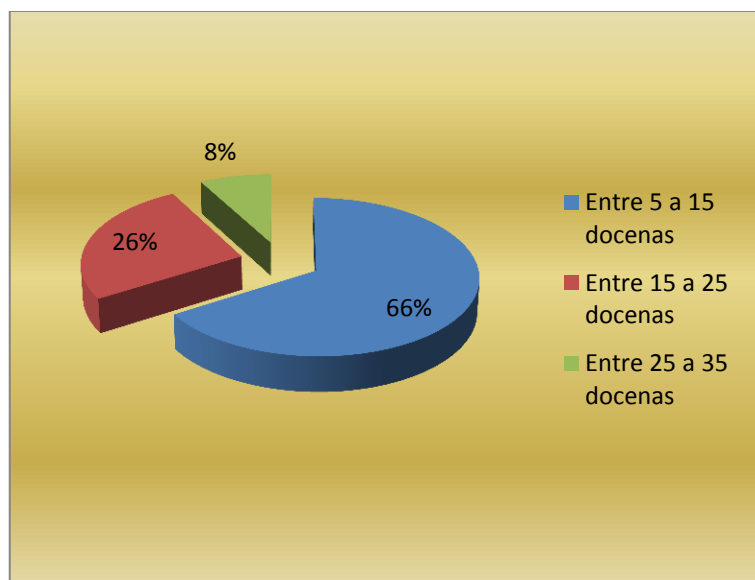
**CUADRO No.47**

**CANTIDAD DE TERNOS DE NIÑA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 5 a 15 docenas	42	66
Entre 15 a 25 docenas	16	26
Entre 25 a 35 docenas	5	8
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.32**

**CANTIDAD DE TERNOS DE NIÑA**



Fuente: Empresas textiles

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

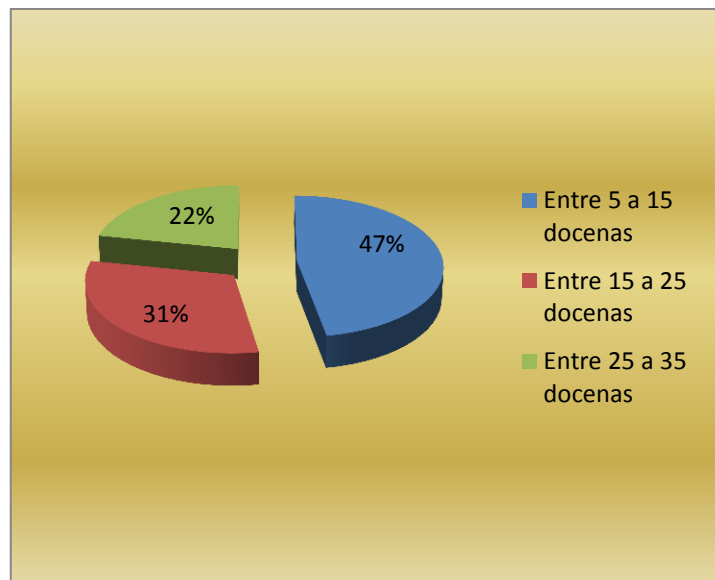
El servicio que contratan es para la confección de 5 a 15 docenas de ternos de niñas, ya que el producto no es comprado con mayor frecuencia, quienes confeccionan mayor cantidad como 15 a 25 docenas son empresas que vende su producto en las distintas tiendas de la provincia.

➤ VESTIDOS

**CUADRO No.48**  
**CANTIDAD DE VESTIDOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 5 a 15 docenas	26	47
Entre 15 a 25 docenas	17	31
Entre 25 a 35 docenas	12	22
<b>TOTAL</b>	55	100

**GRÁFICO No.33**  
**CANTIDAD DE VESTIDOS**



Fuente: Empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

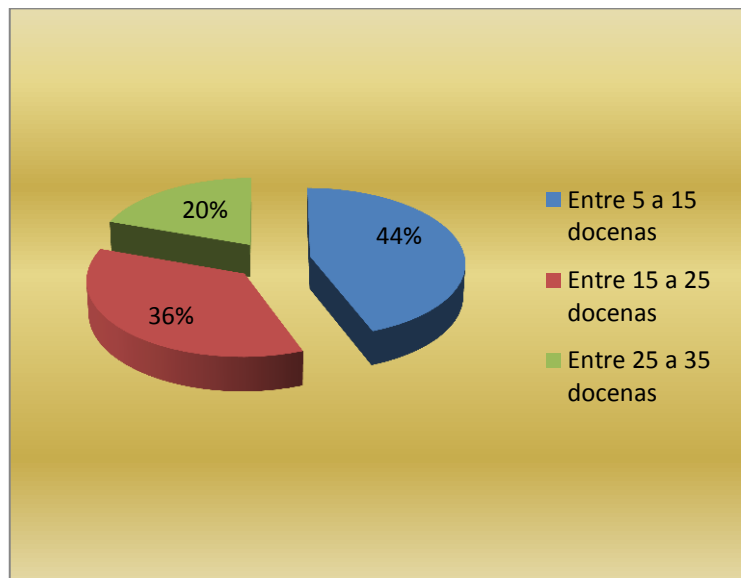
En la confección de vestidos contratan el servicio para la elaboración de 5 a 15 docenas, seguido por 15 a 25 docenas y finalmente de 25 a 35 docenas esto depende de los pedidos que cada empresa tenga de los diferentes clientes.

➤ **CALENTADORES**

**CUADRO No.49**  
**CANTIDAD DE CALENTADORES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 5 a 15 docenas	20	44
Entre 15 a 25 docenas	17	36
Entre 25 a 35 docenas	9	20
<b>TOTAL</b>	46	100

**GRÁFICO No.34**  
**CANTIDAD DE CALENTADORES**



Fuente: Empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

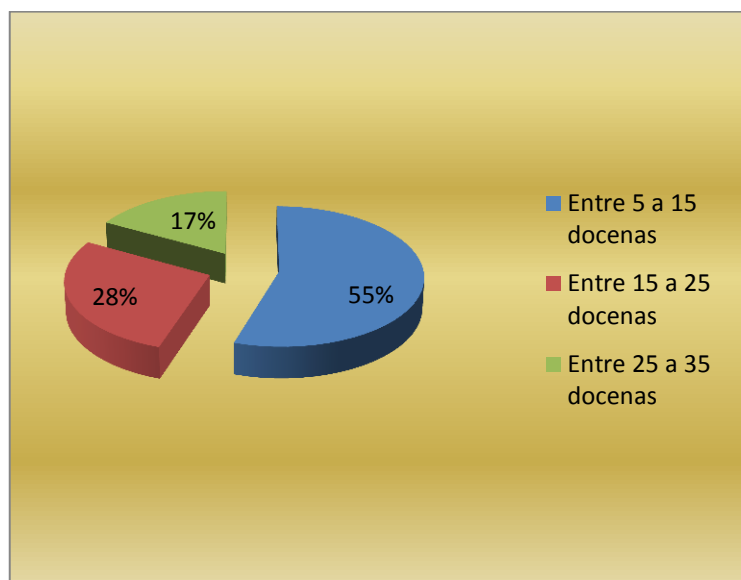
En su mayoría contratan el servicios para la realización de 5 a 15 docenas de calentadores el resto la misma empresa se abastece para la producción, otros requieren para de más docenas porque no cuentan con la infraestructura necesarias para completar la producción.

➤ **TERNOS DE BAÑO**

**CUADRO No.50**  
**CANTIDAD DE TERNOS DE BAÑO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 5 a 15 docenas	24	55
Entre 15 a 25 docenas	12	28
Entre 25 a 35 docenas	7	17
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.35**  
**CANTIDAD DE TERNOS DE BAÑO**



Fuente: Empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

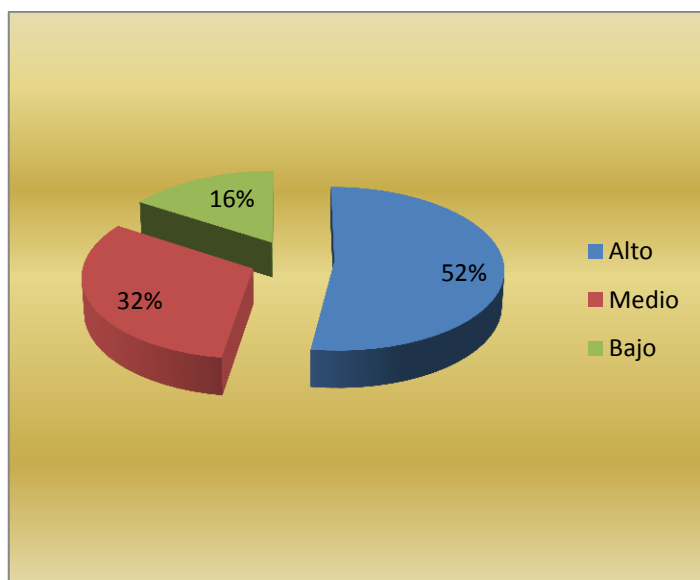
En la producción de los ternos de baño requieren los servicios para realizar de 5 a 15 docenas, porque el personal no se alcanza en realizar la producción ya que están alcanzados en realizar otros productos que requiere entregar con mayor rapidez.

9. ¿Cómo considera el precio que pagó por el servicio de confección?

**CUADRO No.51**  
**PRECIO DEL SERVICIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alto	33	52
Medio	20	32
Bajo	10	16
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.36**  
**PRECIO DEL SERVICIO**



Fuente: Empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

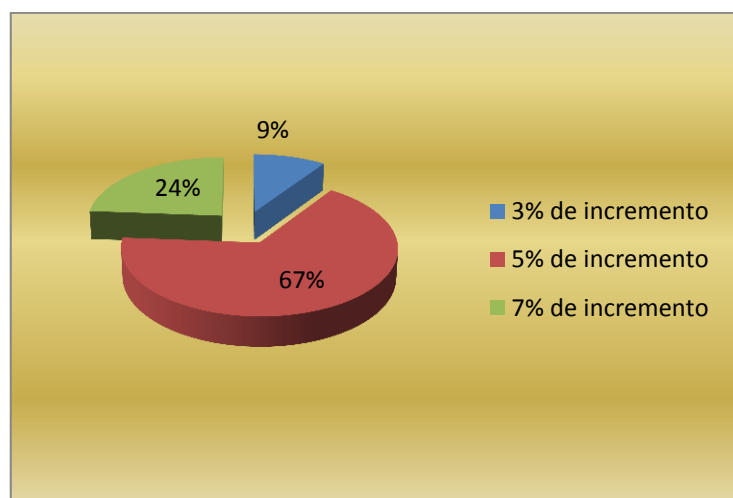
El precio que pagan por el servicio de confección lo consideran alto, porque los pequeños talleres que prestan el servicio son muy pocos y no existe un control permanente por parte de las autoridades, es la razón principal que cobra una cantidad mayor, otros consideran que el valor es medio y bajo esto depende mucho del taller donde prestan el servicio.

**10. ¿Cuál es el nivel de crecimiento anual de las ventas en las prendas de vestir?**

**CUADRO No.52**  
**CRECIMIENTO DE LAS VENTAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
3% de incremento	6	10
5% de incremento	42	67
7% de incremento	15	24
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.37**  
**CRECIMIENTO DE LAS VENTAS**



Fuente: Empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

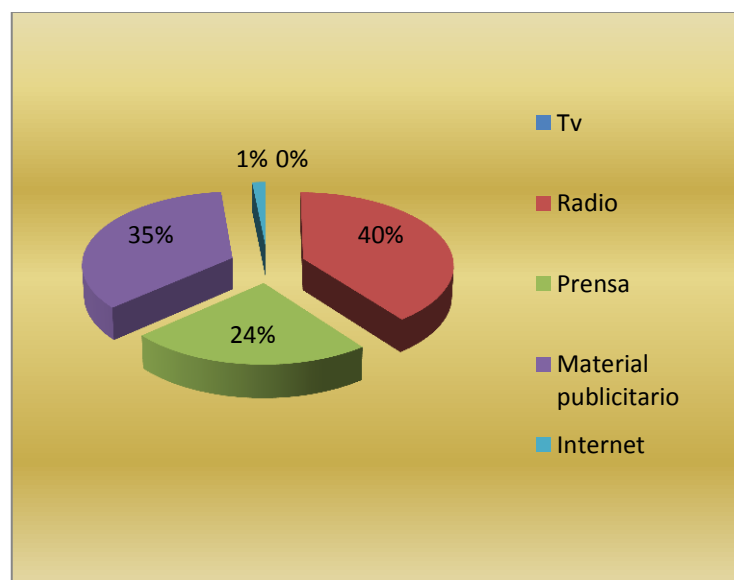
El mayor porcentaje de las empresas manifiestan que el nivel de crecimiento de las ventas en las prendas de vestir es del 5% anual, consideran que es un crecimiento medio que garantiza la estabilidad de sus empresas, otras obtienen un crecimiento mayor del 7% son quienes realizan mejores políticas de ventas que les permite elevar su volumen de producción, también se encuentran quienes generan un 3% de crecimiento al año, estas empresas no llevan mucho tiempo en el mercado.

**11.¿Por cual medio de comunicación le gustaría conocer acerca del servicio de confección de prendas de vestir?**

**CUADRO No.53**  
**MEDIO DE COMUNICACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Tv		
Radio	25	40
Prensa	15	24
Material publicitario	22	35
Internet	1	2
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.38**  
**MEDIO DE COMUNICACIÓN**



Fuente: Empresas textiles  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

El medio de comunicación que más prefieren para conocer el servicio de confección de prendas de vestir es la radio, porque es un medio que brinda mayor información en cualquier hora del día, también consideran que los materiales publicitarios son un medio de información efectivo donde las personas pueden conocer de los nuevos servicios que están disponibles en el mercado.



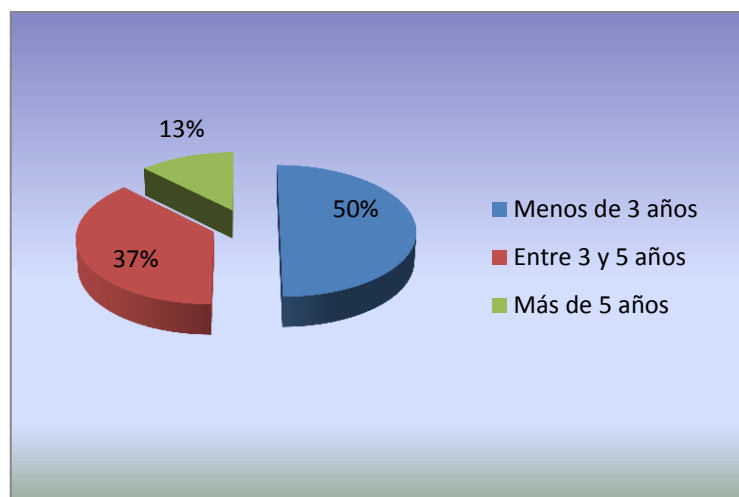
**3.5.2. Encuesta dirigida a las unidades productivas que ofertan servicios de confección de la ciudad de Atuntaqui.**

**1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?**

**CUADRO No.54**  
**TIEMPO EN LA ACTIVIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 3 años	8	50
Entre 3 y 5 años	6	38
Más de 5 años	2	13
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.39**  
**TIEMPO EN LA ACTIVIDAD**



Fuente: La competencia

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

El tiempo que llevan en este tipo de actividad es de menos de 3 años esta actividad fue creado mirando la necesidad de las empresas textiles que requieren contratar de servicios adicionales porque no se abastecen en realizar completamente la producción, seguido por el tiempo de 3 a 5 años son quienes crearon este servicio porque son profesionales en corte y confección, son pocos quienes llevan más de 5 años que conjuntamente con las empresas han trabajado por mucho tiempo.

## 2. ¿Cómo considera la actividad de servicios de confección?

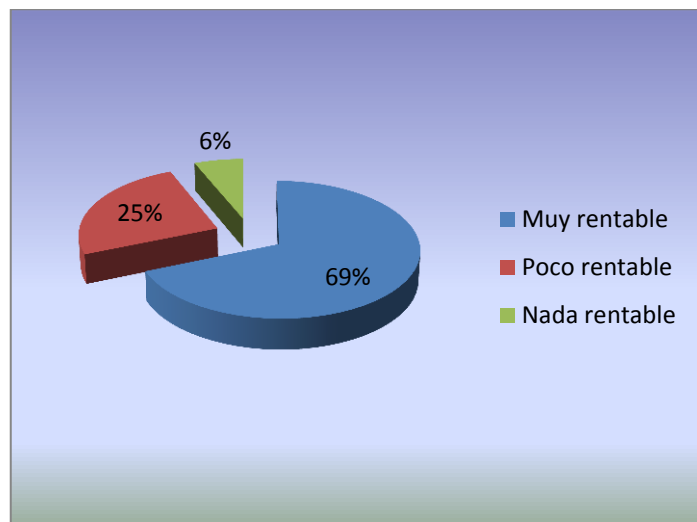
**CUADRO No.55**

### **RENTABILIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy rentable	11	69
Poco rentable	4	25
Nada rentable	1	6
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.40**

### **RENTABILIDAD**



Fuente: La competencia

Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

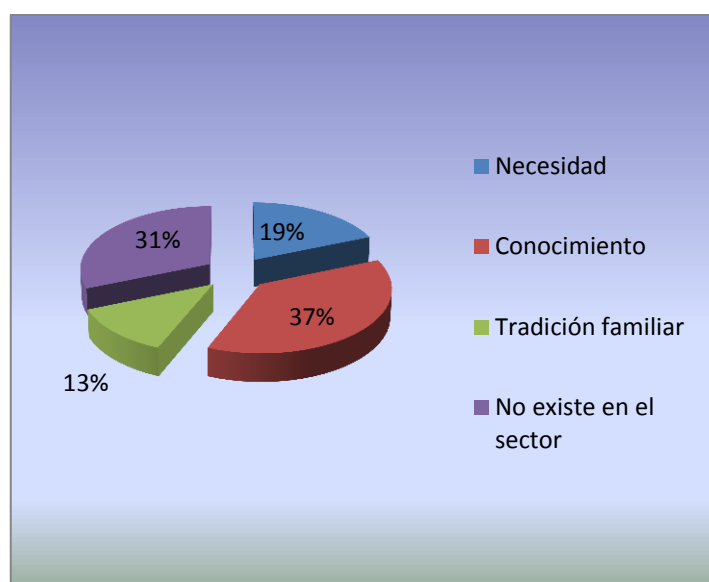
El servicio de confección es considerado muy rentable, porque existe mucha demanda del producto, ya sea por el mercado local o nacional, por tal razón las empresas se ven en la necesidad de contratar servicio de los talleres quienes se dedican a la confección, otros lo consideran poco rentable porque no se han dado a conocer directamente con las empresas, finalmente también se tienen quienes consideran que esta actividad no es nada rentable.

3. ¿Cuáles fueron las razones por las que usted decidió dedicarse a este negocio?

**CUADRO No.56**  
**RAZONES POR LA ACTIVIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Necesidad	3	19
Conocimiento	6	38
Tradición familiar	2	13
No existe en el sector	5	31
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.41**  
**RAZONES POR LA ACTIVIDAD**



Fuente: La competencia

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

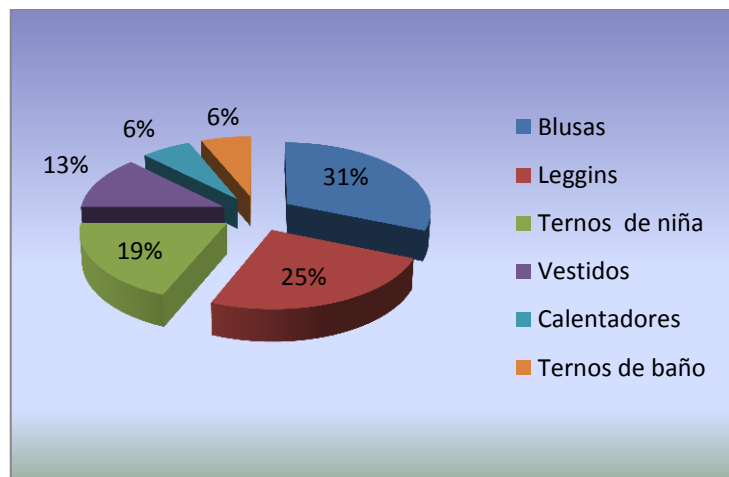
La razón principal de esta actividad es por el conocimiento que poseen para realizar este tipo de trabajo, también es por la no existencia del servicio en el sector y la necesidad de crear un trabajo para mejorar sus condiciones de vida, algunos lo realizan por tradición porque se ha venido dando de generación en generación.

4. ¿Cuál de las siguientes prendas de vestir confecciona con mayor frecuencia?

**CUADRO No.57**  
**TIPO DE PRENDA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Blusas	5	31
Leggins	4	25
Ternos de niña	3	19
Vestidos	2	13
Calentadores	1	6
Ternos de baño	1	6
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.42**  
**TIPO DE PRENDA**



Fuente: La competencia

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

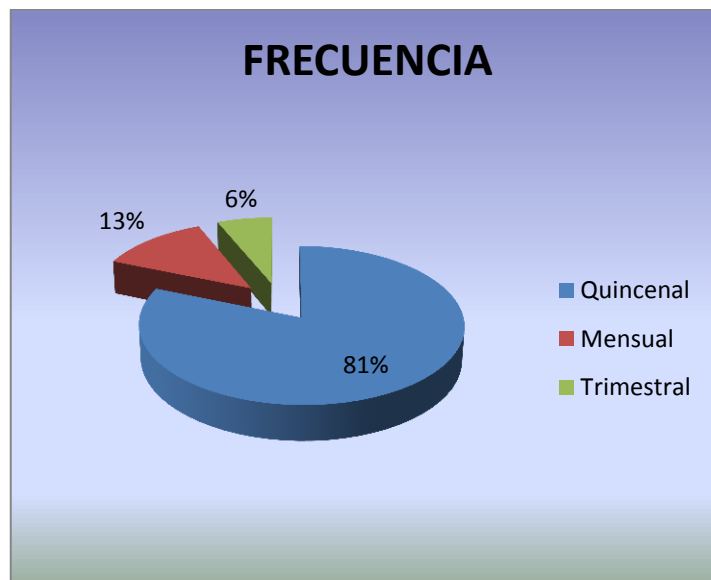
Las prendas de vestir que confecciona con mayor frecuencia son la blusas, porque las empresas manifiestan que es un producto que mayor demanda presenta, seguido por leggins y ternos de niña que siempre frecuentemente requiere de la ayuda particular para poder cumplir con los pedidos, seguido también por ternos de baño, calentadores entre otras prendas como bermudas, enterizos, pareos.

5. ¿Cuál es la frecuencia de contratación del servicio que usted brinda?

**CUADRO No.58  
FRECUENCIA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Quincenal	13	81
Mensual	2	13
Trimestral	1	6
<b>TOTAL</b>	16	100

**GRÁFICO No.43  
FRECUENCIA**



Fuente: La competencia

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

La frecuencia de contratación del servicio que ellos brindan en su mayoría es quincenal, porque acuden varias empresas con la necesidad del servicio ya que no pueden cubrir con la producción de todos los pedidos que tengan de los clientes, otros lo realizan mensualmente porque tienen pocas empresas captadas para brindarles los servicios, finalmente encontramos la opción de cada trimestre.

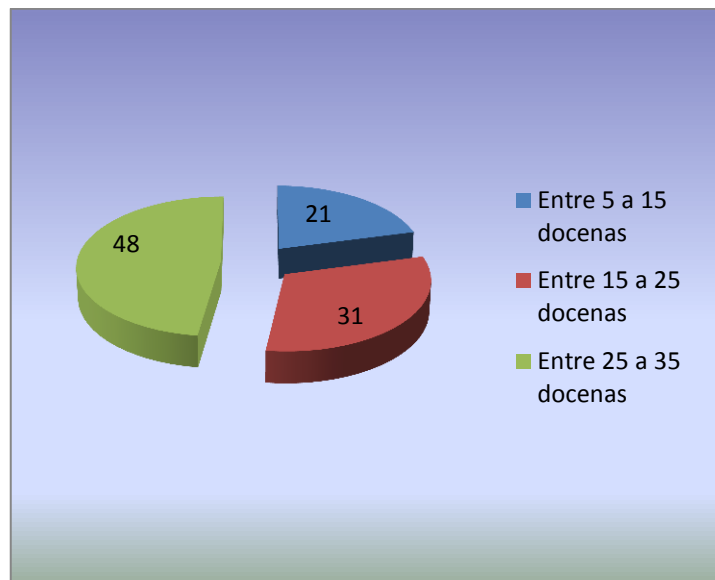
6. ¿Cuántas docenas de prendas de vestir confecciona quincenalmente?

➤ **Blusas**

**CUADRO No.59**  
**CANTIDAD DE BLUSAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 5 a 15 docenas	3	21
Entre 15 a 25 docenas	5	31
Entre 25 a 35 docenas	8	48
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.44**  
**CANTIDAD DE BLUSAS**



Fuente: La competencia

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

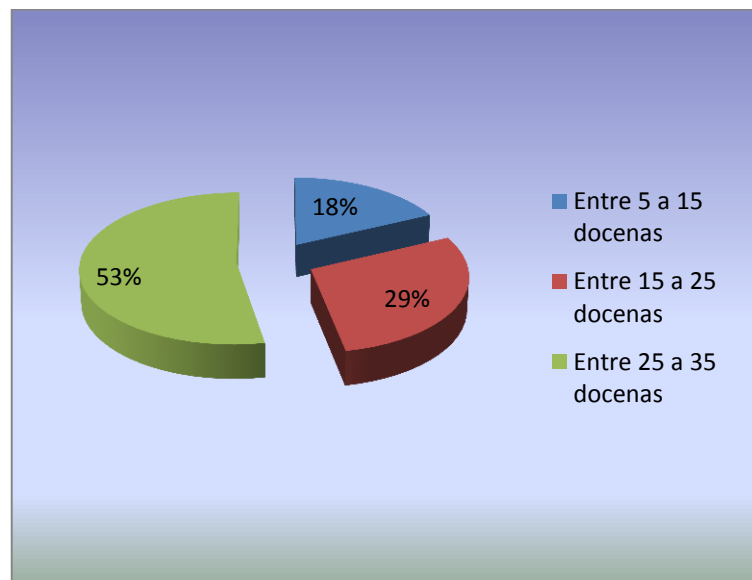
Las prendas de vestir que confeccionan quincenalmente son de 25 a 35 docenas de blusas por semanas, son de distintas empresas que requieren del servicio, otros talleres realizan de 15 a 25 docenas dependiendo a la temporada donde las empresas textiles presentan mayor demanda en el producto, como se puede observar existe una gran aceptación en el servicio ofertado.

➤ **LEGGINS**

**CUADRO No.60**  
**CANTIDAD DE LEGGINS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 5 a 15 docenas	3	18
Entre 15 a 25 docenas	5	29
Entre 25 a 35 docenas	8	53
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.45**  
**CANTIDAD DE LEGGINS**



Fuente: La competencia

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

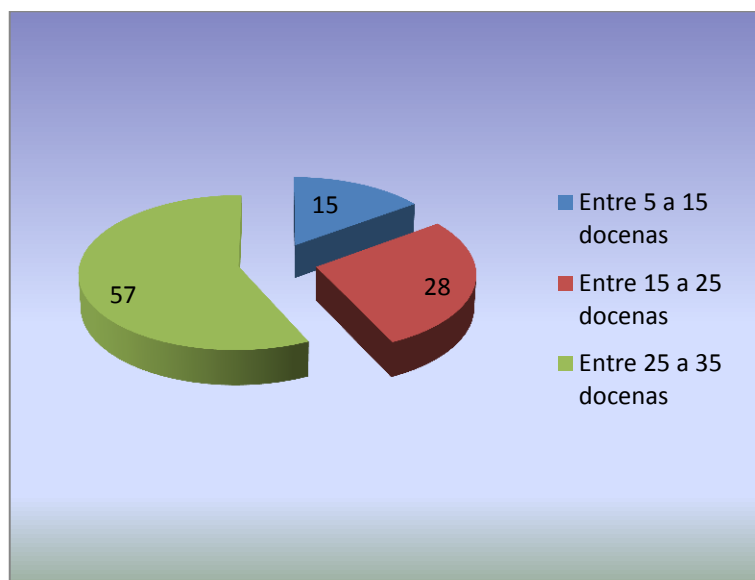
En el servicio de confección de leggins realizan entre 25 y 35 docenas cada quince días, es uno de los productos que requieren de los servicios de los talleres y personas particulares que se dedican a esta actividad, dependiendo de la empresa existen ocasiones que se realizan de 15 a 25 docenas del producto.

➤ **TERNOS DE NIÑA**

**CUADRO No.61**  
**CANTIDAD DE TERNOS DE NIÑA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 5 a 15 docenas	2	15
Entre 15 a 25 docenas	4	28
Entre 25 a 35 docenas	9	57
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.46**  
**CANTIDAD DE TERNOS DE NIÑA**



Fuente: La competencia

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

Al igual se puede manifestar que la confección de ternos es de 25 a 35 docenas de ternos de niñas de las diferentes empresas que requieren de los servicios que ofrecen, pero existe una variación en las diferentes encuestas porque comentan que confeccionan de 15 a 25 docenas quincenal dependiendo de los pedidos.

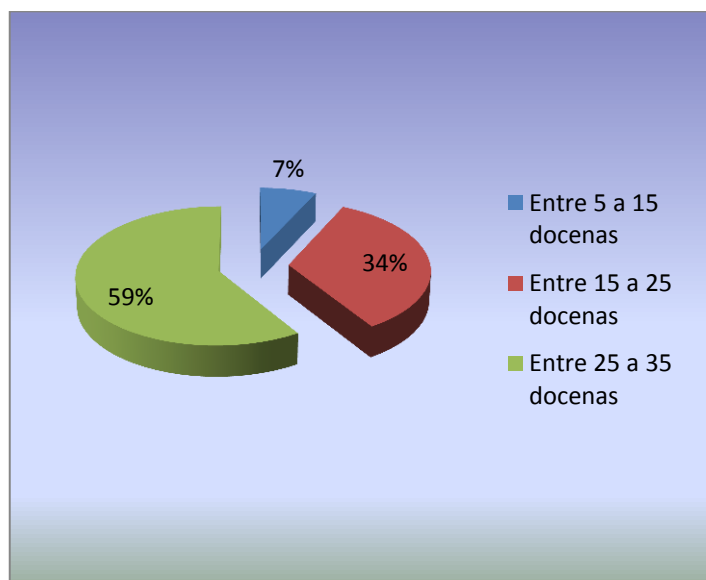


➤ **VESTIDOS**

**CUADRO No.62**  
**CANTIDAD DE VESTIDOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 5 a 15 docenas	1	7
Entre 15 a 25 docenas	5	34
Entre 25 a 35 docenas	9	59
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.47**  
**CANTIDAD DE VESTIDOS**



Fuente: La competencia

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

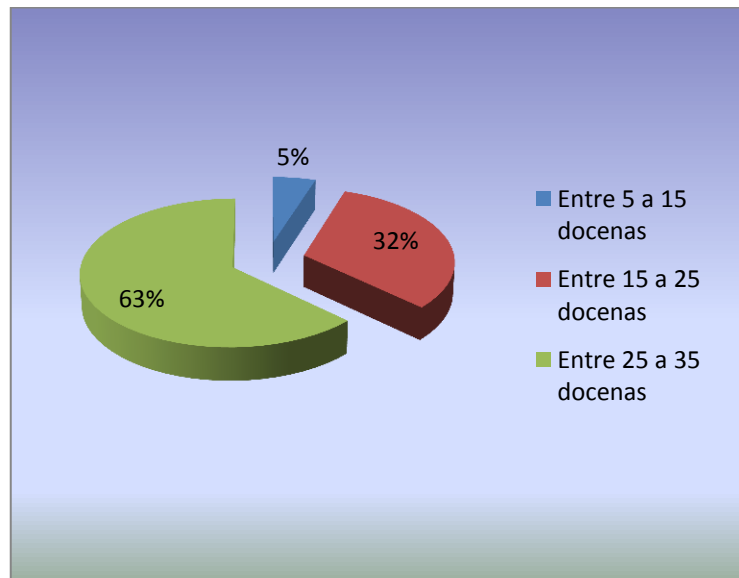
Según los datos obtenidos de las encuestas se tiene como resultado que realizan de 25 a 35 docenas de vestidos, seguido por 15 a 25 y de 5 a 15 docenas cada quince días, el servicio es muy solicitado por cada empresa del sector.

➤ **CALENTADORES**

**CUADRO No.63**  
**CANTIDAD DE CALENTADORES**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 5 a 15 docenas	1	5
Entre 15 a 25 docenas	4	32
Entre 25 a 35 docenas	9	63
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.48**  
**CANTIDAD DE CALENTADORES**



Fuente: La competencia  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

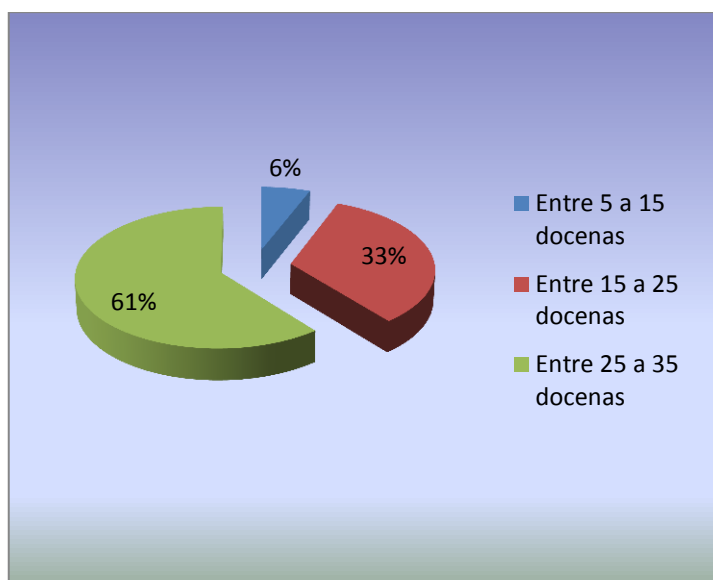
Los resultados muestran que la confección de calentadores se de 25 a 35 docenas cada quince días, esta prenda de vestir es la que más llevan las empresas para que sean confeccionas, seguido por un rango de 15 a 25 y de 5 a 15 docenas, las mismas son entregadas en el tiempo previsto.

➤ **TERNOS DE BAÑO**

**CUADRO No.64**  
**CANTIDAD DE TERNOS DE BAÑO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Entre 5 a 15 docenas	1	6
Entre 15 a 25 docenas	4	33
Entre 25 a 35 docenas	7	61
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.49**  
**CANTIDAD DE TERNOS DE BAÑO**



Fuente: La competencia

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

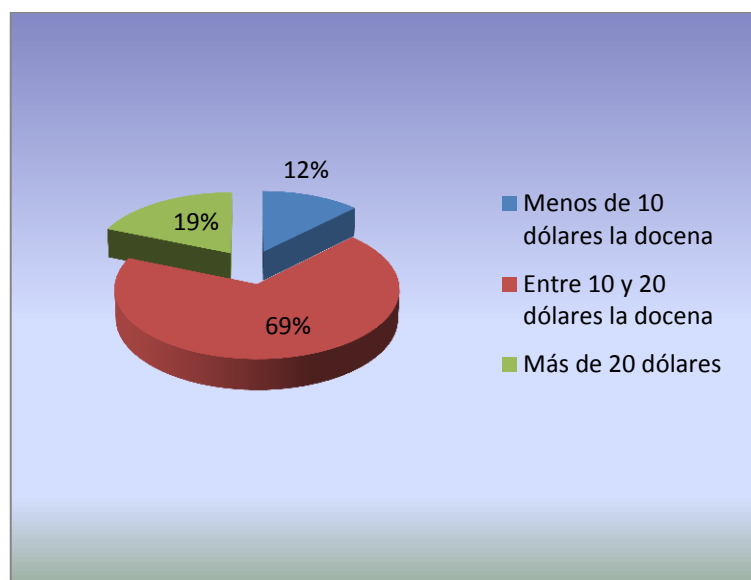
Este tipo de prenda de vestir llega a ser confeccionado a los diferentes talleres cada quince días la cantidad de 25 a 35 docenas, las mismas son entregadas en el día previsto por los clientes, otros lo realizan en menos cantidad como 15 a 25 y de 5 a 15 docenas dependiendo los pedidos que hayan realizado.

**7. ¿Cuál es el precio por cada docena de prendas de vestir confeccionada?**

**CUADRO No.65**  
**PRECIO DEL SERVICIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 10 dólares la docena	2	13
Entre 10 y 20 dólares la docena	11	69
Más de 20 dólares	3	19
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.50**  
**PRECIO DEL SERVICIO**



Fuente: La competencia

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

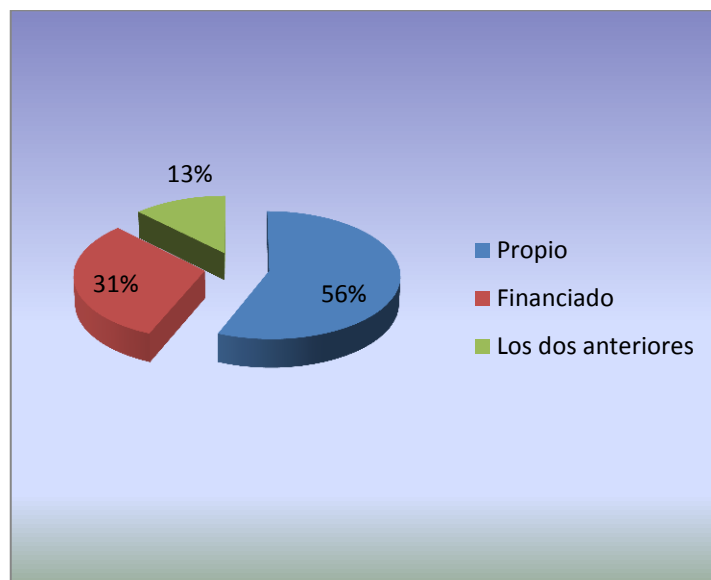
La mayoría cobran un precio por cada docena de prendas de vestir de 10 a 20 dólares, pero existe una variación dependiendo la cantidad del producto para realizar ciertos descuentos, en otros cobran más de 20 o menos de 10 dólares este precio está basado de acuerdo al modelo, diseño y tamaño de la prenda de vestir.

## 8. ¿El capital con el que cuenta es?

**CUADRO No.66**  
**TIPO DE CAPITAL**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Propio	9	56
Financiado	5	31
Los dos anteriores	2	13
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.51**  
**TIPO DE CAPITAL**



Fuente: La competencia

Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

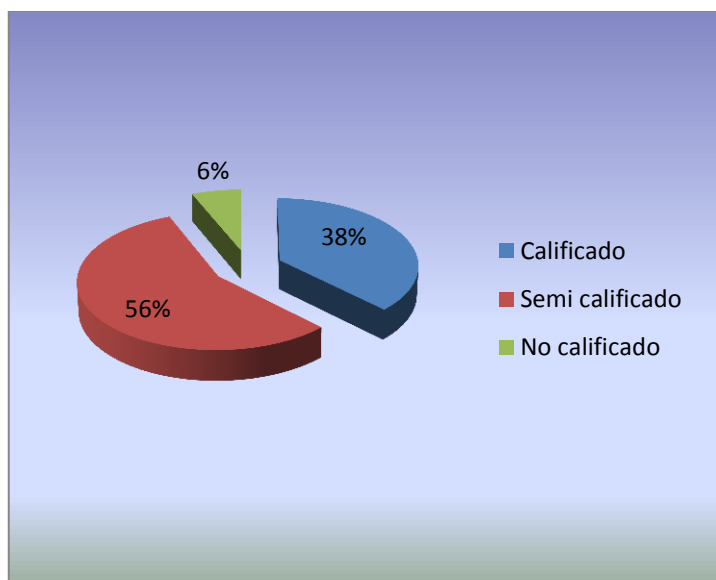
Según los resultados de las encuestas las personas cuentan con su propio capital para brindar este servicio, desde un inicio aportaron recursos propios para adquirir la maquinaria necesaria para la prestación del servicio, también se encuentra quienes trabajan con dinero financiado que les ha permitido mantener su negocio.

**9. ¿El talento humano con el que usted cuenta es?**

**CUADRO No.67  
TALENTO HUMANO**

Calificado	6	38
Semi calificado	9	56
No calificado	1	6
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.52  
TALENTO HUMANO**



Fuente: La competencia

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

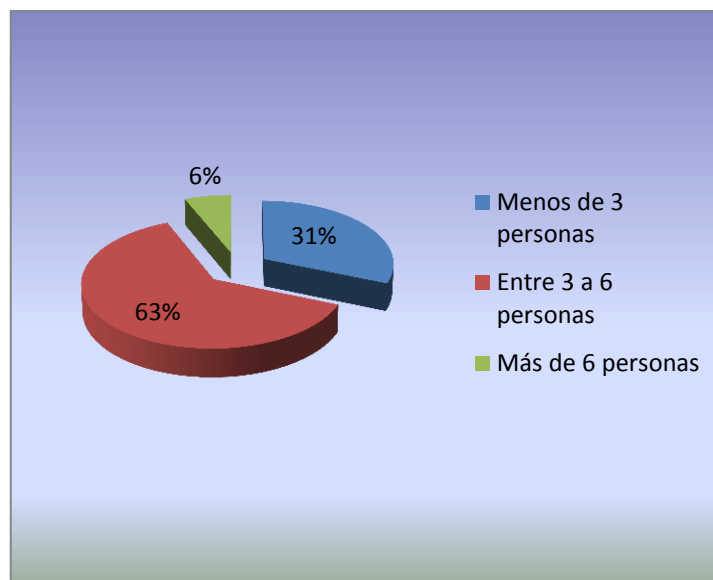
En su mayoría cuentan con talento humano semicalificado, pero si tienen los conocimientos básicos para poder ejercer y brindar el servicio, seguido por quienes poseen personal calificado que se ha preparado en los centros artesanales para realizar este tipo de actividad, en un menor porcentaje tienen personal no calificado son aprendices que desean ejercer este tipo de actividad.

## 10. ¿Cuántos empleados laboran en la actividad?

**CUADRO No.68**  
**NÚMERO DE EMPLEADOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 3 personas	5	31
Entre 3 a 6 personas	10	63
Más de 6 personas	1	6
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.53**  
**NÚMERO DE EMPLEADOS**



Fuente: La competencia

Elaborado por: La autora

### **ANÁLISIS:**

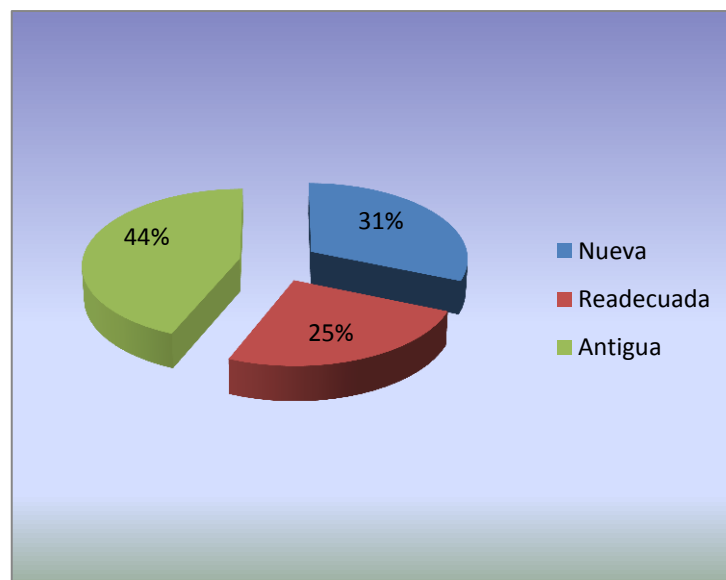
En la actividad de servicio de confección en su mayoría están conformados de 3 a 6 personas que se dedican a diferentes funciones en el momento de realizar el trabajo, seguido por menos de tres personas quienes brindan el servicio de manera particular y por último existen talleres de más de 6 personas que están constituidas legalmente.

**11.¿La maquinaria que usted dispone para la prestación del servicio es?**

**CUADRO No.69**  
**TIPO DE MAQUINARIA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Nueva	5	31
Readecuada	4	25
Antigua	7	44
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.54**  
**TIPO DE MAQUINARIA**



Fuente: La competencia

Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

La maquinaria que dispone para la prestación del servicio es antigua porque llevan algunos años brindando el servicio y también le han dado un buen mantenimiento para no tener que estar sustituyendo por nuevas, son pocos quienes poseen maquinas nuevas ya que son personas que llevan poco tiempo en la actividad.

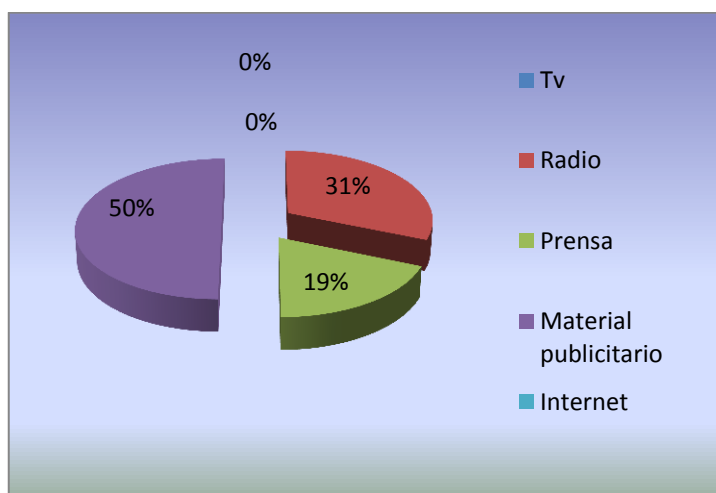


**12. ¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza para hacer conocer el servicio que brinda?**

**CUADRO No.70  
MEDIO DE COMUNICACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Tv		
Radio	5	31
Prensa	3	19
Material publicitario	8	50
Internet		0
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.55  
MEDIO DE COMUNICACIÓN**



Fuente: La competencia  
Elaborado por: La autora

**ANÁLISIS:**

El medio de comunicación que utiliza para hacer conocer el servicio que brinda es el material publicitario, consideran que el costo es muy bajo como también por la forma de entrega directa a las empresas interesadas a adquirir el servicio, también se encuentra la radio como un medio de información más ágil por tener una frecuencia amplia donde el cliente pueda conocer del servicio, finalmente esta la prensa escrita.

### **3.6. Identificación del Servicio**

El servicio de confección de prendas de vestir que brindará la microempresa estará basado en los siguientes aspectos:

- Oportunidad en la entrega del servicio.
- Talento humano calificado.
- Maquinaria con tecnología actual.
- Manejo adecuado de los procesos de confección.

Entre las prendas de vestir que se confeccionará se encuentran:

- Blusas
- Leggings
- Ternos de niña
- Vestidos
- Calentadores
- Ternos de baño

Se ha escogido las prendas anteriores por considerarse las más demandadas para el tipo de servicio que brindará la microempresa, así lo confirma el estudio de mercado efectuado a las empresas textiles de la ciudad.

Las empresas textiles demandan el servicio para este tipo de prendas por considerarse productos para la venta por catálogo y de producción exclusiva.

Es importante aclarar que el servicio que brindará la microempresa es solo confección, ya que materia prima, diseños, y de más implementos para el trabajo serán aportados por la empresa contratante.

### **3.7. Mercado Meta**

El mercado meta para el servicio de confección de prendas de vestir son las empresas de la ciudad de Atuntaqui, cuando la microempresa gane prestigio el servicio tendrá cobertura regional.

### **3.8. Análisis de la Demanda**

Corresponde en determinar la existencia de la demanda del servicio de confección de prendas de vestir.

#### **3.8.1. Identificación de la Demanda Actual**

Para identificar la demanda actual de los servicios de confección de las diferentes prendas de vestir se aplicó una encuesta a las empresas dedicadas a la actividad textil que contratan este tipo de servicios para cubrir sus niveles de producción.

A continuación una breve explicación de los resultados obtenidos:

Para la confección de blusas tenemos lo siguiente: del total de empresas que son 63, se puede identificar que 37 empresas demanda el servicio de confeccionar 10 docenas de blusas mensuales, 16 empresas demandan el servicio de confeccionar 20 docenas de blusas mensuales y las 10 restantes demandan el servicio de confeccionar 30 docenas de blusas mensuales.

Para cada una de las diferentes prendas a elaborar se puede identificar la cantidad de empresas que demandan el servicio de confección.

**CUADRO No.71**  
**DEMANDA DE BLUSAS EN No. DE DOCENAS**

TOTAL DE EMPRESAS	DINÁMICA DE LA DEMANDA EN %	DINÁMICA DE LA DEMANDA EN No. DE EMPRESAS	DEMANDA EN No. DOCENAS	FRECUENCIA DE LA DEMANDA	DEMANDA ANUAL EN No. DE DOCENAS
63	58%	37	10	12	4.385
	26%	16	20		3.931
	16%	10	30		3.629
TOTAL	100%	63	60		11.945

Fuente: Empresa textiles

Elaborado por: La autora

- Leggings

**CUADRO No.72**  
**DEMANDA DE LEGGINS EN No. DE DOCENAS**

TOTAL DE EMPRESAS	DINÁMICA DE LA DEMANDA EN %	DINÁMICA DE LA DEMANDA EN No. DE EMPRESAS	DEMANDA EN No. DOCENAS	FRECUENCIA DE LA DEMANDA	DEMANDA ANUAL EN No. DE DOCENAS
63	63%	40	10	12	4.763
	23%	14	20		3.478
	14%	9	30		3.175
TOTAL	100%	63	60		11.416

Fuente: Empresa textiles

Elaborado por: La autora

- Ternos de niña

**CUADRO No.73**  
**DEMANDA DE TERNOS DE NIÑA EN No. DE DOCENAS**

TOTAL DE EMPRESAS	DINÁMICA DE LA DEMANDA EN %	DINÁMICA DE LA DEMANDA EN No. DE EMPRESAS	DEMANDA EN No. DOCENAS	FRECUENCIA DE LA DEMANDA	DEMANDA ANUAL EN No. DE DOCENAS
63	66%	42	10	12	4.990
	26%	16	20		3.931
	8%	5	30		1.814
TOTAL	100%	63	60		10.735

Fuente: Empresa textiles

Elaborado por: La autora

- Vestidos

**CUADRO No.74**  
**DEMANDA DE VESTIDOS EN No. DE DOCENAS**

TOTAL DE EMPRESAS	DINÁMICA DE LA DEMANDA EN %	DINÁMICA DE LA DEMANDA EN No. DE EMPRESAS	DEMANDA EN No. DOCENAS	FRECUENCIA DE LA DEMANDA	DEMANDA ANUAL EN No. DE DOCENAS
55	47%	26	10	12	3.102
	31%	17	20		4.092
	22%	12	30		4.356
TOTAL	100%	55	60		11.550

Fuente: Empresa textiles

Elaborado por: La autora

- Calentadores

**CUADRO No.75**  
**DEMANDA DE CALENTADORES No. DE DOCENAS**

TOTAL DE EMPRESAS	DINÁMICA DE LA DEMANDA EN %	DINÁMICA DE LA DEMANDA EN No. DE EMPRESAS	DEMANDA EN No. DOCENAS	FRECUENCIA DE LA DEMANDA	DEMANDA ANUAL EN No. DE DOCENAS
46	44%	20	10	12	2.429
	36%	17	20		3.974
	20%	9	30		3.312
TOTAL	100%	46	60		9.715

Fuente: Empresa textiles

Elaborado por: La autora

- Ternos de baño

**CUADRO No.76**  
**DEMANDA DE TERNOS DE BAÑO EN No. DE DOCENAS**

TOTAL DE EMPRESAS	DINÁMICA DE LA DEMANDA EN %	DINÁMICA DE LA DEMANDA EN No. DE EMPRESAS	DEMANDA EN No. DOCENAS	FRECUENCIA DE LA DEMANDA	DEMANDA ANUAL EN No. DE DOCENAS
43	55%	24	10	12	2.838
	28%	12	20		2.890
	17%	7	30		2.632
TOTAL	100%	43	60		8.359

Fuente: Empresa textiles

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.77**  
**RESUMEN DE LA DEMANDA ANUAL EN No. DE DOCENAS**

PRODUCTO	DAMANDA EN DOCENAS
Blusas	11.945
Leggins	11.416
Ternos de niña	10.735
Vestidos	11.550
Calentadores	9.715
Ternos de baño	8.359

Fuente: Empresa textiles  
 Elaborado por: La autora

Como se puede apreciar en el cuadro anterior existe una alta demanda por los servicios de confección.

### **3.8.2. Proyección de la Demanda**

Para la proyección de la demanda de los servicios de confección representados en la cantidad de prendas, se utilizó el índice de incremento de las ventas de las empresas estudiadas, que se sitúa en el 5% anual según la investigación de campo.

Para dicha operación se aplicó la siguiente fórmula:

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

Donde:

D<sub>n</sub>= Demanda Futura

D<sub>o</sub>= Demanda determinada en las encuestas

i= Tasa de Crecimiento

n= Año Proyectado

**CUADRO No.78**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>AÑO 2018</b>
Blusas en docenas	12.542	13.169	13.828	14.519	15.245
Leggins en docenas	11.986	12.586	13.215	13.876	14.570
Ternos de niña en docenas	11.272	11.836	12.427	13.049	13.701
Vestidos en docenas	12.128	12.734	13.371	14.039	14.741
Calentadores en docenas	10.201	10.711	11.247	11.809	12.399
Ternos de baño en docenas	8.777	9.216	9.677	10.161	10.669

Fuente: Empresa textiles

Elaborado por: La autora

### **3.9. Análisis de la Oferta**

El análisis de la oferta permite establecer la cantidad de servicios que actualmente la competencia entrega al mercado.

#### **3.9.1. Identificación de la Oferta Actual**

Para poder cuantificar la oferta de servicios de confección de prendas de vestir, se efectuó una encuesta a las unidades de productivas que se dedican a brindar este servicio. A continuación los resultados.

Dentro del cuadro referente a la oferta de blusas tenemos: de las 16 unidades productivas, 3 unidades ofertan el servicio al confeccionar 10 docenas de blusas quincenalmente, 5 unidades ofertan el servicio al confeccionar 20 docenas de blusas quincenalmente y 8 unidades ofertan el servicio al confeccionar 30 docenas de blusas quincenalmente.

**CUADRO No.79**  
**OFERTA DE BLUSAS No. DE DOCENAS**

TOTAL DE EMPRESAS	DINÁMICA DE LA OFERTA EN %	DINÁMICA DE LA OFERTA EN No. DE EMPRESAS	OFERTA EN No. DOCENAS	FRECUENCIA DE LA OFERTA	OFERTA ANUAL EN No. DE DOCENAS
16	21%	3	10	24	806
	31%	5	20		2.381
	48%	8	30		5.530
<b>TOTAL</b>	100%	16	60		8.717

Fuente: Competencia  
Elaborado por: La autora

- **Leggins**

**CUADRO No.80**  
**OFERTA DE LEGGINS EN No. DE DOCENAS**

TOTAL DE EMPRESAS	DINÁMICA DE LA OFERTA EN %	DINÁMICA DE LA OFERTA EN No. DE EMPRESAS	OFERTA EN No. DOCENAS	FRECUENCIA DE LA OFERTA	OFERTA ANUAL EN No. DE DOCENAS
16	18%	3	10	24	691
	29%	5	20		2.227
	53%	8	30		6.106
<b>TOTAL</b>	100%	16	60		9.024

Fuente: Competencia  
Elaborado por: La autora

- **Ternos de niña**

**CUADRO No.81**  
**OFERTA DE TERNOS DE NIÑA EN No. DE DOCENAS**

TOTAL DE EMPRESAS	DINÁMICA DE LA OFERTA EN %	DINÁMICA DE LA OFERTA EN No. DE EMPRESAS	OFERTA EN No. DOCENAS	FRECUENCIA DE LA OFERTA	OFERTA ANUAL EN No. DE DOCENAS
15	15%	2	10	24	540
	28%	4	20		2.016
	57%	9	30		6.156
<b>TOTAL</b>	100%	15	60		8.712

Fuente: Competencia  
Elaborado por: La autora



- Vestidos

**CUADRO No.82**  
**OFERTA DE VESTIDOS EN No. DE DOCENAS**

TOTAL DE EMPRESAS	DINÁMICA DE LA OFERTA EN %	DINÁMICA DE LA OFERTA EN No. DE EMPRESAS	OFERTA EN No. DOCENAS	FRECUENCIA DE LA OFERTA	OFERTA ANUAL EN No. DE DOCENAS
15	7%	1	10	24	252
	34%	5	20		2.448
	59%	9	30		6.372
<b>TOTAL</b>	100%	15	60		9.072

Fuente: Competencia  
Elaborado por: La autora

- Calentadores

**CUADRO No.83**  
**OFERTA DE CALENTADORES EN No. DE DOCENAS**

TOTAL DE EMPRESAS	DINÁMICA DE LA OFERTA EN %	DINÁMICA DE LA OFERTA EN No. DE EMPRESAS	OFERTA EN No. DOCENAS	FRECUENCIA DE LA OFERTA	OFERTA ANUAL EN No. DE DOCENAS
14	5%	1	10	24	168
	32%	4	20		2.150
	63%	9	30		6.350
<b>TOTAL</b>	100%	14	60		8.669

Fuente: Competencia  
Elaborado por: La autora

- Ternos de baño

**CUADRO No.84**  
**OFERTA DE TERNOS DE BAÑO EN No. DE DOCENAS**

TOTAL DE EMPRESAS	DINÁMICA DE LA OFERTA EN %	DINÁMICA DE LA OFERTA EN No. DE EMPRESAS	OFERTA EN No. DOCENAS	FRECUENCIA DE LA OFERTA	OFERTA ANUAL EN No. DE DOCENAS
12	6%	1	10	24	173
	33%	4	20		1.901
	61%	7	30		5.270
<b>TOTAL</b>	100%	12	60		7.344

Fuente: Competencia  
Elaborado por: La autora

**CUADRO No.85**  
**RESUMEN DE LA OFERTA ANUAL EN No. DE DOCENAS**

PRODUCTO	OFERTA EN DOCENAS
Blusas	8.717
Leggins	9.024
Ternos de niña	8.712
Vestidos	9.072
Calentadores	8.669
Ternos de baño	7.344

Fuente: Competencia  
 Elaborado por: La autora

### 3.9.2. Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta se utilizó un crecimiento paralelo al de la demanda de un 5%. Utilizando la siguiente la fórmula.

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

Dónde:

$O_n$ = Oferta Futura

$O_o$ = Oferta determinada en la investigación

$i$ = Tasa de Crecimiento

$n$ = Año Proyectado

**CUADRO No.86**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

PRODUCTO	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Blusas en docenas	9.153	9.610	10.091	10.595	11.125
Leggins en docenas	9.475	9.949	10.446	10.969	11.517
Ternos de niña en docenas	9.148	9.605	10.085	10.589	11.119
Vestidos en docenas	9.526	10.002	10.502	11.027	11.578
Calentadores en docenas	9.102	9.557	10.035	10.537	11.064
Ternos de baño en docenas	7.711	8.097	8.502	8.927	9.373

Fuente: Competencia  
 Elaborado por: La autora

### 3.10. Demanda potencial a Satisfacer

Es la comparación de la demanda con la oferta, para poder establecer la oportunidad de mercado, como se puede apreciar en el cuadro siguiente existe una demanda potencial a satisfacer muy atractiva que puede ser captada por el proyecto.

**CUADRO No. 87**  
**DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER**

PRODUCTO	AÑO 2014			AÑO 2015			AÑO 2016			AÑO 2017			AÑO 2018		
	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
Blusas en docenas	12.542	9.153	3.389	13.169	9.610	3.559	13.828	10.091	3.737	14.519	10.595	3.924	15.245	11.125	4.120
Leggins en docenas	11.986	9.475	2.511	12.586	9.949	2.637	13.215	10.446	2.769	13.876	10.969	2.907	14.570	11.517	3.052
Ternos de niña en docenas	11.272	9.148	2.124	11.836	9.605	2.231	12.427	10.085	2.342	13.049	10.589	2.459	13.701	11.119	2.582
Vestidos en docenas	12.128	9.526	2.602	12.734	10.002	2.732	13.371	10.502	2.869	14.039	11.027	3.012	14.741	11.578	3.163
Calentadores en docenas	10.201	9.102	1.099	10.711	9.557	1.154	11.247	10.035	1.211	11.809	10.537	1.272	12.399	11.064	1.336
Ternos de baño en docenas	8.777	7.711	1.066	9.216	8.097	1.119	9.677	8.502	1.175	10.161	8.927	1.234	10.669	9.373	1.296

Elaborado por: La autora

### 3.11. Demanda a Captar por el Proyecto

La demanda a captar por el proyecto fue planteada tomando en cuenta la existencia de demanda potencial a satisfacer y la capacidad de producción del servicio por parte de la microempresa.

De ahí que para el primer año el proyecto cubrirá en lo que respecta a la prenda de vestir blusas en un 36% en relación a la demanda potencial a satisfacer  $(1.236/3.389 \times 100)$ .

**CUADRO No.88**  
**DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO**

PRODUCTO	DEMANDA INSATISFECHA	PRONÓSTICO DE VENTAS	CAPTACIÓN %
Blusas en docenas	3.389	1236	36
Leggins en docenas	2.511	648	26
Ternos de niña en docenas	2.124	516	24
Vestidos en docenas	2.602	492	19
Calentadores en docenas	1.099	300	27
Ternos de baño en docenas	1.066	288	27

Fuente: Mercado y técnico  
Elaborado por: La autora

### 3.12. Análisis de Precios

Para efectuar el análisis de precios se tomó en cuenta la investigación de campo, donde se puede observar que el precio del servicio no es estandarizado.

#### 3.12.1. Determinación de Precios

Para establecer el precio del servicio de confección de prendas de vestir que aplicará la microempresa se efectuó el respectivo análisis de costos y

gastos más un margen de utilizad tomando en cuenta la competencia. Ver anexo.

**CUADRO No.89**  
**DETERMINACIÓN DE PRECIOS**

DETALLE	AÑO 1
Blusas	18,00
Leggins	9,00
Ternos de niña	15,00
Vestidos	15,00
Calentadores	26,25
Ternos de baño	18,75

Fuente: Análisis financiero y mercado  
Elaborado por: La autora

### 3.12.2. Proyección de Precios

Para la proyección de aplicó el índice inflacionario del 4,16% que corresponde al año 2012.

**CUADRO No.90**  
**PROYECCIÓN DE PRECIOS**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Blusas	18,00	18,75	19,53	20,34	21,19
Leggins	9	9,37	9,76	10,17	10,59
Ternos de niña	15	15,62	16,27	16,95	17,66
Vestidos	15	15,62	16,27	16,95	17,66
Calentadores	26,25	27,34	28,48	29,66	30,89
Ternos de baño	18,75	19,53	20,34	21,19	22,07

Elaborado por: La autora

### 3.13. Estrategias de Comercialización

Una vez que se ha analizado la demanda y la oferta del sector de la confección de prendas de vestir es necesario diseñar una mezcla de mercadotecnia o llamado también Marketing Mix, a continuación se

plantearán las siguientes estrategias para dar a conocer al mercado el servicio que la microempresa ofrece.

#### **3.13.1. Canal de comercialización**

El canal de comercialización del servicio será el directo, esto quiere decir que la microempresa tendrá una reacción de trabajo directa con la empresa textiles que contraten el servicio de confección.

#### **3.13.2. Estrategia de Producto (servicio)**

La microempresa se dedicará a confeccionar una gran variedad de prendas de vestir como son: Blusas, leggins, ternos de niña, vestidos, calentadores, ternos de baño, entre otros, los mismos que serán dirigidos para damas, caballeros, y niños. Para un obtener un producto de buena calidad se tomarán en cuenta de los siguientes aspectos:

- La calidad estará presente principalmente en la utilización de talento humano calificado.
- Plasmar los diseños de modelos exclusivos con una variedad de colores que en su momento sean de preferencia del consumidor, y que vayan de acuerdo con el ritmo de la moda actual.
- Acabados excelentes mediante la utilización de maquinaria moderna, con el propósito de obtener un producto que refleje elegancia y distinción al momento de la verdad.

#### **3.13.3. Estrategia de Precio**

Para que este proyecto tenga futuro y estabilidad en el mercado se aplicarán precios sumamente atractivos, basados principalmente en la

calidad, así como también en la decisión del cliente, ya que es este quién elegirá el producto que satisfaga sus necesidades y que estará dispuesto a pagar. Para la fijación del precio se tomará en cuenta lo siguiente:

- El precio se lo fijará de acuerdo al costo de operación que genere el producto, esto es en el precio de la mano de obra, sus horas extras, el consumo energía eléctrica, sobre el cual se estimará un porcentaje de utilidad aceptable.
- El precio irá en función del comportamiento del mercado, dado por la oferta y la demanda y lo que los clientes estén dispuestos a pagar.
- Otra estrategia que aplican es la relacionada a precios del producto, dependiendo de talla, color, estampados y gustos; es decir, entre mayor talla mayor será el precio y viceversa

#### **3.13.4. Estrategia de Promoción y Publicidad**

##### **Promociones:**

- Se realizará descuentos especiales, de acuerdo al monto de los contratos y de la forma de pago.
- Se realizará rebajas por la cantidad que requiera el cliente.
- Si el cliente cancela antes de la fecha indicada se le realizará descuentos por pronto pago.
- Se realizará aplazamiento de pago para los mejores clientes.
- Se tendrá precios éticos en las prendas para obtener una clientela fija.

##### **Publicidad:**

- Se difundirá campañas publicitarias por prensa y radio de la localidad, para estar en constante comunicación.

- Se elaborarán hojas volantes, las mismas que serán distribuidas en locales comerciales de ropa, y en la realización de ferias como es la expo Atuntaqui.
- También se creará una página web con la finalidad de dar a conocer de nuestros servicios a nivel nacional e internacional.

### ILUSTRACIÓN No.7

#### DISEÑO PUBLICITARIO EN PRENSA



*Sin costuras es una microempresa dedicada a la confección de prendas de vestir. Mil costura confecciona una variedad de prendas para damas caballeros y niños con la más alta tecnología en máquinas de coser.*

***Blusas – Camisetas – Pantalones – Conjuntos Deportivos – Chaquetas***

**Dirección:**  
**Teléfonos:** (06) 2654 867 / **Celular:** 0987563426 / 0928374065  
**Página Web:** [www.milcosturas.com.ec](http://www.milcosturas.com.ec)  
**E – mail:** [www.milcosturas@hotmail.com](mailto:www.milcosturas@hotmail.com)

Elaborado por: La autora

### ILUSTRACIÓN No.8

#### DISEÑO PUBLICITARIO EN RADIO

*Sin costuras es una microempresa dedicada a la confección de todo tipo de prendas de vestir para damas, caballeros y niños con la más alta tecnología, para entregarte un producto de calidad que cumpla con tus expectativas.*

*Contáctanos a nuestros teléfonos (06) 2654 867 o al celular 0987563426 y aprovecha nuestros grandes descuentos por temporadas.*

Elaborado por: La autora



## ILUSTRACIÓN No. 9

### DISEÑO PUBLICITARIOS EN HOJAS VOLANTES



*La mejor microempresa dedicada a la confección de prendas de vestir...*



#### *Mil Costuras es Moda*





#### *Mil Costuras Institucional*





#### *Mil Costuras Colegial*






#### *Porque somos los mejores*

- ❖ Ofrecemos un servicio de primera con la experiencia y calidad que nos caracteriza.
- ❖ Usted lucirá un producto exclusivo y garantizado
- ❖ Nuestro objetivo: SU SATISFACCIÓN
- ❖ Somos tu mejor opción.
- ❖ Puntualidad Compromiso y Eficiencia.
- ❖ Garantía y Calidad
- ❖ Los mejores precios en el mercado.



**Dirección:**  
**Teléfonos:** (06)2654 867 / **Celular:** 0987563426 / 0928374065  
**Página Web:** [www.milcosturas.com.ec](http://www.milcosturas.com.ec)  
**E – mail:** [www.milcosturas@hotmail.com](mailto:www.milcosturas@hotmail.com)

Elaborado por: La autora

**ILUSTRACIÓN No. 10**  
**DISEÑO PUBLICITARIO EN PÁGINA WEB.**



Elaborado por: La autora

### **3.14. Conclusiones del Estudio de Mercado**

Efectuado el análisis de las variables del mercado se ha determinado los siguientes hallazgos.

- La demanda que existe por el servicio de confección por parte de las empresas textiles de la ciudad de Atuntaqui es significativa, lo que hace atractivo el proyecto.
- Con respecto a la oferta o competencia a nivel local es mínima, por tal razón no cubre la demanda potencial a satisfacer, generando oportunidad en el mercado.
- Los precios que actualmente se cobran por el servicio de confección no están acorde al trabajo realizado. La microempresa aplicará en análisis de costos y gastos para la fijación del precio del servicio.
- Las estrategias comerciales diseñadas están dirigidas introducir y posicionar el servicio en el mercado.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

El presente capítulo es importante, porque contiene aspectos muy relevantes para la ejecución del proyecto, los cuales permitirán minimizar costos y maximizar utilidades durante la gestión del emprendimiento. Para que el estudio arroje datos confiables es imprescindible contar con un equipo de profesionales multidisciplinarios, que con su conocimiento y experiencia sepan guiar la investigación, que servirá para la toma de decisiones de los inversionistas.

Los aspectos a analizarse son:

- Localización óptima
- Tamaño del proyecto
- Capacidad del proyecto
- Diseño de instalaciones
- Proceso de producción
- Requerimiento de inversiones

Una vez efectuado el respectivo estudio de los aspectos antes mencionados, un proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico, las diferentes alternativas con sus respectivas ventajas y desventajas para llevar a cabo el proyecto.

#### **4.1. Localización Óptima del Proyecto**

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación estratégica para el proyecto; es decir, satisfacer las exigencias o requerimientos del mismo; así como también minimizar los costos y gastos de inversión, durante el periodo productivo del proyecto

#### 4.1.1. Macro localización

Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio.

La macrolocalización será:

**País:** Ecuador

**Provincia:** Imbabura

**Cantón:** Antonio Ante

**Ciudad:** Atuntaqui

#### ILUSTRACIÓN No.11 MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Ilustre Municipio de Antonio Ante

La ciudad de Atuntaqui conocida como “Centro Industrial de la Moda”, además se la conoce por su industria artesanal, agropecuaria y gastronómica, se encuentra ubicado en el Cantón Antonio Ante, Provincia

de Imbabura, Región Sierra a 10 minutos del cantón Otavalo, siguiendo al norte por la Panamericana.

#### **4.1.2. Micro localización**

Para establecer exactamente la ubicación estratégica del proyecto, se analizó tres lugares de la ciudad de Atuntaqui como posibles alternativas, los cuales son: calle Rocafuerte, calle Juan Velasco, calle General Enríquez.

Los factores relevantes que se analizaron fueron:

- Restricción legal
- Arriendo
- Zona industrial
- Servicios básicos
- Seguridad

**Restricción legal:** corresponde en estudiar las restricciones legales de cada uno de los lugares en estudio, para evitar futuros problemas en el desarrollo de las actividades.

**Arriendo:** el análisis de este aspecto determina, qué lugar presenta un menor costo de arriendo de local donde funcionará la microempresa.

**Zona industrial:** La microempresa al ubicarse en Atuntaqui, se contará con un gran número de empresas industriales de prendas de vestir y por obvias razones estará cerca del mercado de mayor demanda del servicio.

**Servicios básicos:** Es un factor prioritario del análisis, porque los servicios como: energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, teléfono,

servicio de recolección de basura, etc., serán necesarios para la prestación del servicio.

**Seguridad:** el análisis de este aspecto determina que el lugar escogido presente condiciones de seguridad, para evitar la delincuencia y demás problemas sociales.

Estos aspectos influyen de distinta forma en el desenvolvimiento normal de las actividades de la microempresa, los cuales se los analizará a través del método de localización por puntos ponderados, para poder escoger el lugar idóneo.

**CUADRO No.91**  
**MATRIZ DE FUERZAS LOCACIONALES**

FACTORES	PESO	Calle Rocafuerte		Calle Juan Velasco		Calle General Enríquez	
		Punt.	Pond.	Punt.	Pond.	Punt.	Pond.
Restricción legal	0,5	9	4,5	9	4,5	8	4
Arriendo	0,15	8	1,2	9	1,35	8	1,2
Zona industrial	0,15	8	1,2	9	1,35	9	1,35
Servicios básicos	0,1	8	0,8	8	0,8	8	0,8
Seguridad	0,1	8	0,8	9	0,9	9	0,9
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>8,5</b>		<b>8,9</b>		<b>8,25</b>

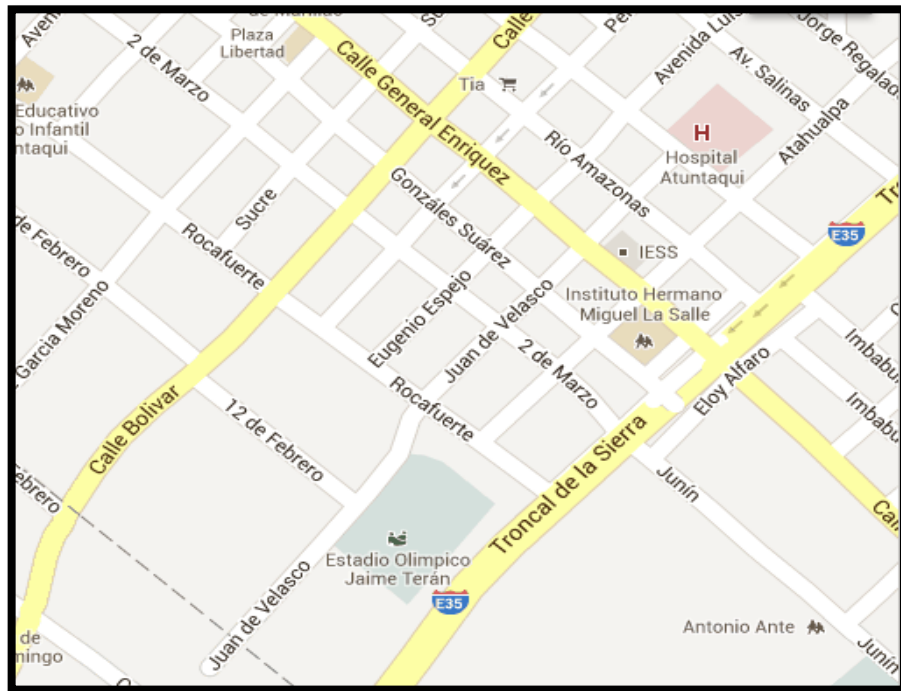
Elaborado por: La autora

Después de haber realizado el análisis de factores, se establece que la micro localización del proyecto será: Calle Juan Velasco y 2 de marzo de la ciudad de Atuntaqui.

A continuación se muestra el croquis de micro localización en el cual se puede observar en forma exacta el lugar donde se ubicará microempresa.

## ILUSTRACION No.12

### CRÓQUIS DE UBICACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: Municipio de Antonio Ante  
Elaborado por: La autora

#### 4.2. Tamaño del Proyecto

Para definir el tamaño del proyecto se ha considerado los siguientes factores:

##### 4.2.1. Factores determinantes del Tamaño

Son aquellos aspectos que permiten identificar y dar a conocer que tan grande es el proyecto que se pretende desarrollar.

- **Existencia de Mercado**

En el caso de este proyecto es primordial que la oferta sea menor que la demanda, con el objeto de que se tenga en el mercado la cantidad suficiente para poder vender el servicio que se propone. Como también es importante que la demanda insatisfecha o potencial a satisfacer



sobrepase la capacidad de producción que pretende tener la empresa, debido a que de esta manera se solventaran los costos y gastos de la misma. En el capítulo anterior se pudo determinar que existe suficiente demanda para el servicio, debido a que a nivel local la competencia es mínima.

- **Disponibilidad de mano de obra**

Para determinar el tamaño adecuado de la nueva microempresa de confección de prendas de vestir, es fundamental contar con el personal suficiente y capacitado para la confección. En lo que respecta a mano de obra, se contratará personal calificado, que tenga experiencia en el manejo máquinas industriales, así como también es muy importante se sean graduadas en la rama artesanal de corte y confección.

- **Disponibilidad de recursos financieros**



El financiamiento del proyecto es un factor muy importante, debido a que la asignación adecuada de los recursos financieros ayuda y facilita su ejecución y puesta en marcha su operación. Para que la microempresa comience a funcionar, se tiene previsto recurrir al financiamiento, es decir, a un préstamo a instituciones bancarias o cooperativas de la ciudad.

- **Disponibilidad de tecnología**

Para la confección de prendas de vestir es necesario contar con la maquinaria apta para este tipo de trabajo, además de este tipo de tecnología, es necesaria la utilización de equipos de cómputo, teléfonos, internet, los mismos que serán utilizados en el área administrativa de la microempresa. En el siguiente cuadro se detallan el equipo de maquinaria a utilizar en la microempresa con sus características especificaciones:

**ILUSTRACIÓN No.13**  
**CARACTERÍSTICAS DE LAS MÁQUINAS**

MAQUINARIA	CARACTERÍSTICAS
<p style="text-align: center;"><b>MÁQUINA DE COSER DE PUNTA RECTA</b></p>  <p style="text-align: right; font-size: small;">Producto Nacional</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Completar seco / semi seco, tipo de lubricación mínima.</li> <li>❖ Para materiales ligeros y materiales difíciles de coser y materiales a medio y materiales pesados.</li> <li>❖ Velocidad de costura: 4.000-5.000 rpm Longitud de la puntada: 4.2-5 mm.</li> <li>❖ La altura del prénsatelas: 6-16 mm</li> <li>❖ Modelo de ahorro de energía.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>MÁQUINA DE COSER OVERLOCK</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Ancho de puntada: 2.7 mm</li> <li>❖ Longitud de puntada: 0.4-5 mm</li> <li>❖ Relación de diferencial: 0.7-3.8</li> <li>❖ La altura del prénsatelas: 5-6 mm Velocidad de costura: 6,500-7,000 rpm</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>MÁQUINA RECUBRIDORA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Recubridora de base plana de 2/3 agujas.</li> <li>❖ Recubre por arriba y por abajo.</li> <li>❖ Equipado con corta hilos, alza patas y mini motor</li> </ul>

	<p>servo incorporado en el cabezal.</p>
<p><b>MÁQUINA ELASTICADORA</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Máquina industrial</li> <li>❖ Puntada de seguridad</li> <li>❖ Estante Metálico</li> <li>❖ Lubricación automática</li> </ul>
<p><b>MÁQUINA CORTADORA DE TELA</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Cortadora vertical de 8''</li> <li>❖ Motor de 750 watts</li> <li>❖ Corta tela liviana o pesada</li> </ul>

Fuente: Almacenes  
Elaborado por: La autora

### **4.3. Capacidad del Proyecto**

La capacidad del proyecto, se refiere a su capacidad de producción, expresado en unidades de producción por unidad de tiempo.

Para esto es necesario establecer el número de personas que laboraran en la microempresa. Utilizando 6 personas la microempresa estará en capacidad de producir lo siguiente:

En blusas 1236 docenas anuales, lo que representa mensualmente 103 docenas.

En leggins 648 docenas anuales, lo que representa mensualmente 54 docenas.

En ternos de niña 516 docenas anuales, lo que representa mensualmente 43 docenas.

En vestidos 492 docenas anuales, lo que representa mensualmente 41 docenas.

En calentadores 300 docenas anuales, lo que representa mensualmente 25 docenas.

En ternos de baño 288 docenas anuales, lo que representa mensualmente 24 docenas,

### **4.4. Distribución del Área Física de la Microempresa**

Para el correcto funcionamiento de la microempresa de confección de prendas de vestir, es necesario contar con una planta apta para desarrollar sus actividades, la misma que debe poseer un área para la confección de prendas de vestir y un área administrativa en donde se

lleve todos los movimientos económicos de la microempresa. Para tal fin se arrendará un local amplio, al cual se le acondicionará a las necesidades de la microempresa. A continuación se detallan las áreas a del proyecto con sus respectivos metros cuadrados.

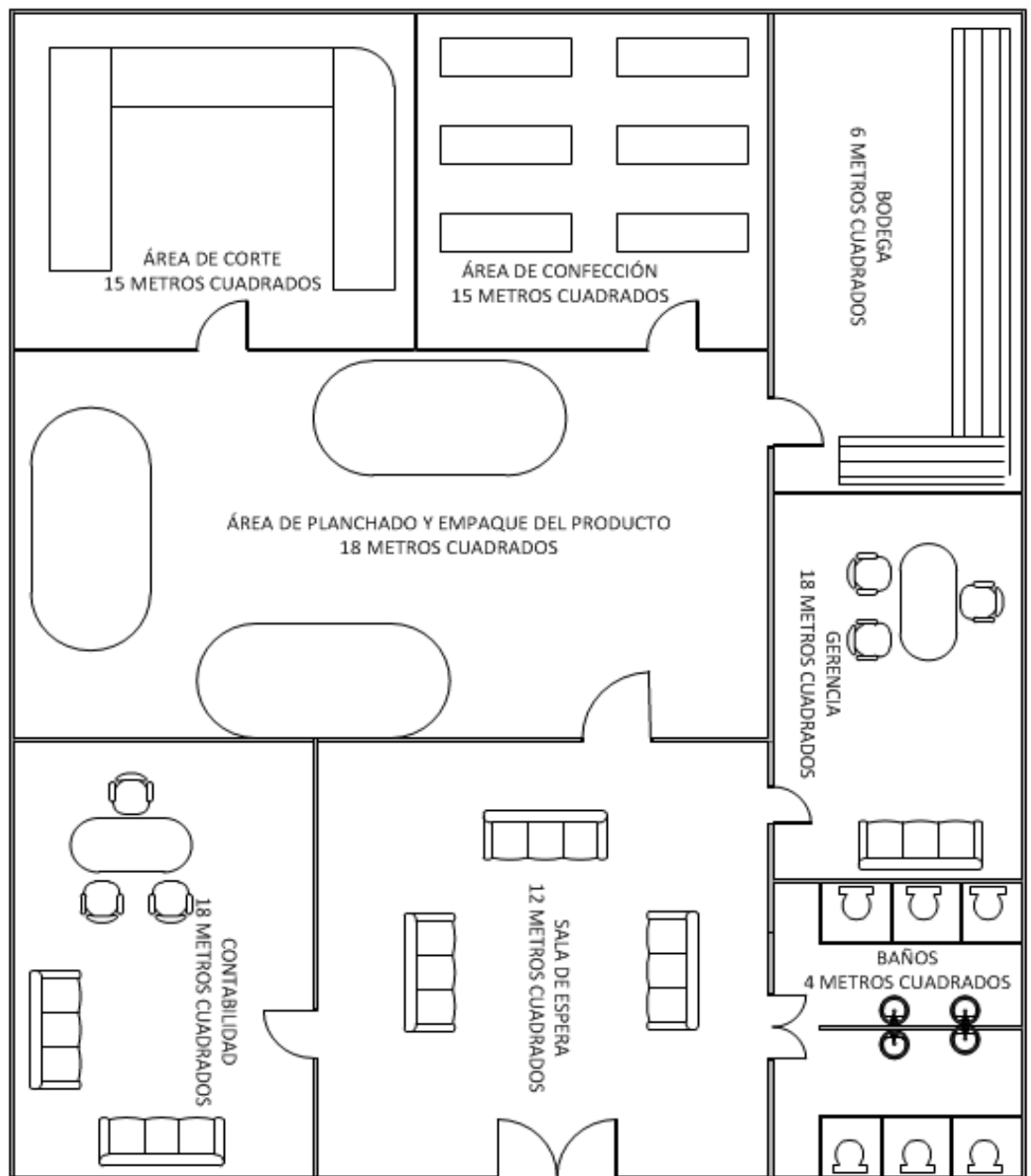
**CUADRO No.92**  
**DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES**

<b>ÁREAS</b>	<b>M<sup>2</sup></b>
Gerencia	18m <sup>2</sup>
Contabilidad	18m <sup>2</sup>
Área de Producción	48m <sup>2</sup>
Bodega	6m <sup>2</sup>
Baños	4m <sup>2</sup>
Sala de Espera	12m <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>	<b>106 m<sup>2</sup></b>

Elaborado por: Diseñador de interiores

#### **4.4.1. Diseño de la Planta**

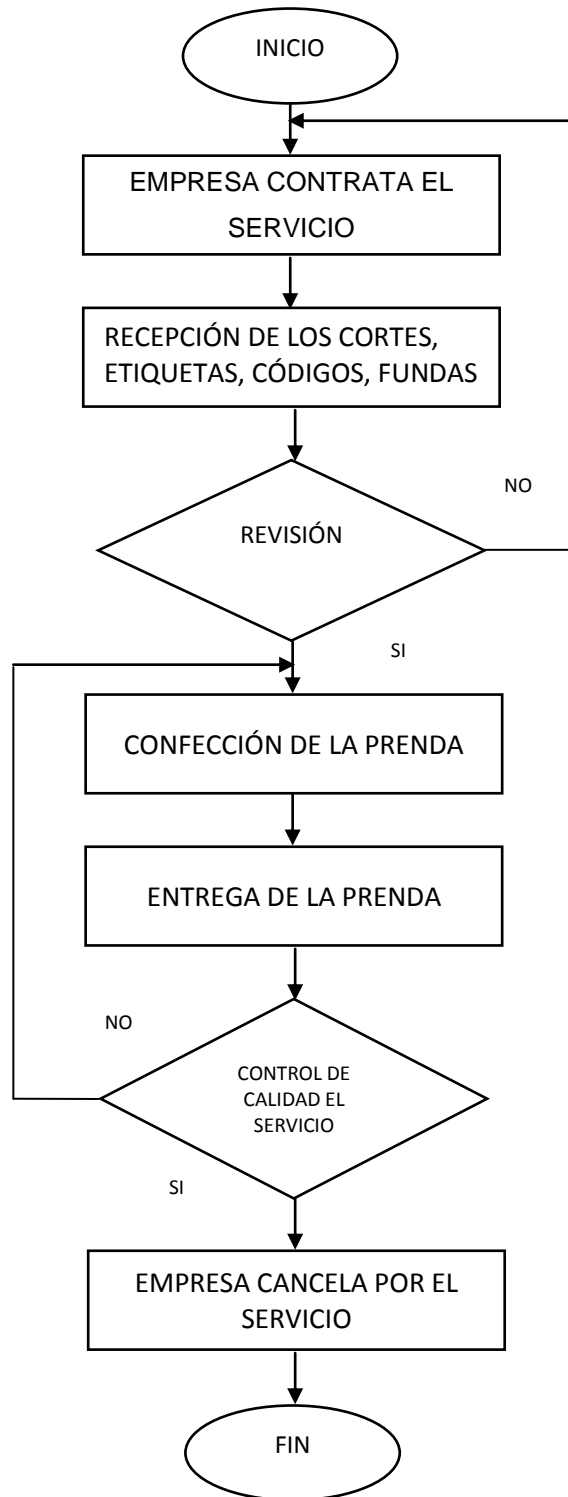
**ILUSTRACIÓN No.14**  
**DISEÑO DE LA PLANTA**



Elaborado por: Diseñador de interiores

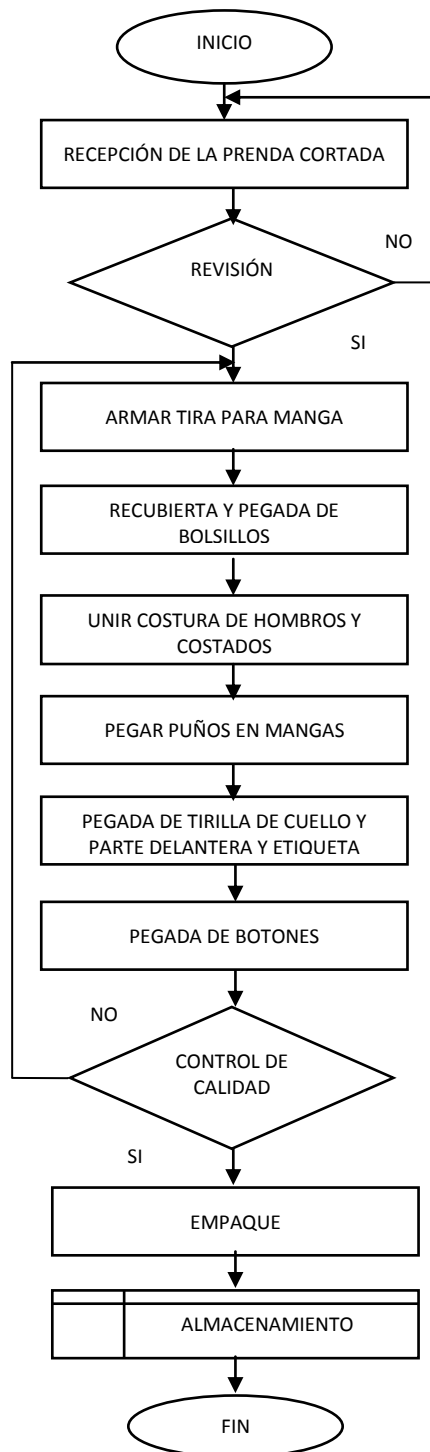
## 4.5. Flujogramas

### 4.5.1. Flujograma operativo del servicio de confección



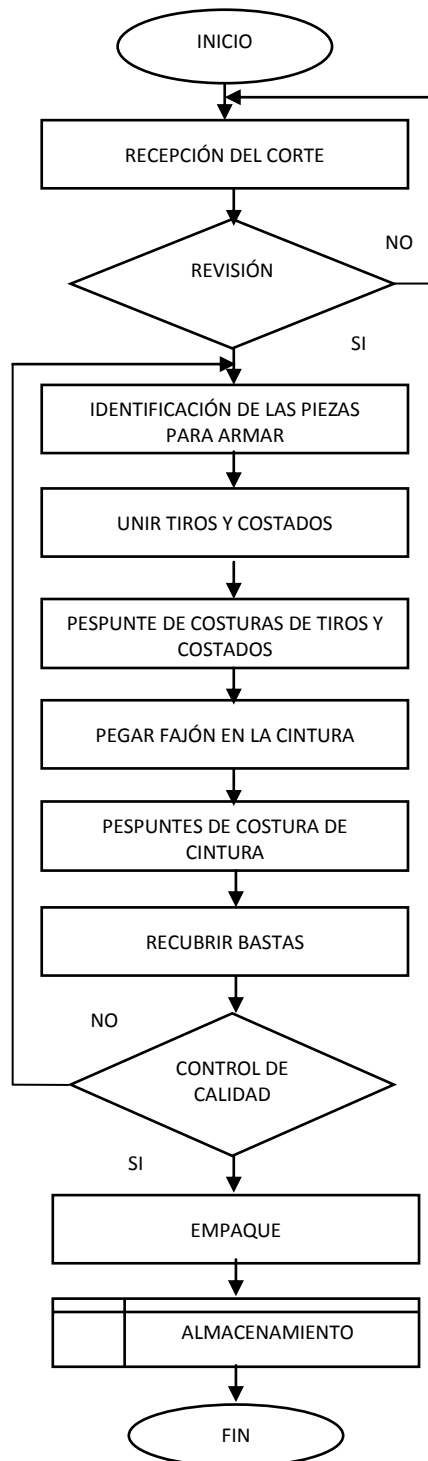
#### 4.5.2. Flujogramas de producción de las prendas de vestir

##### Blusas

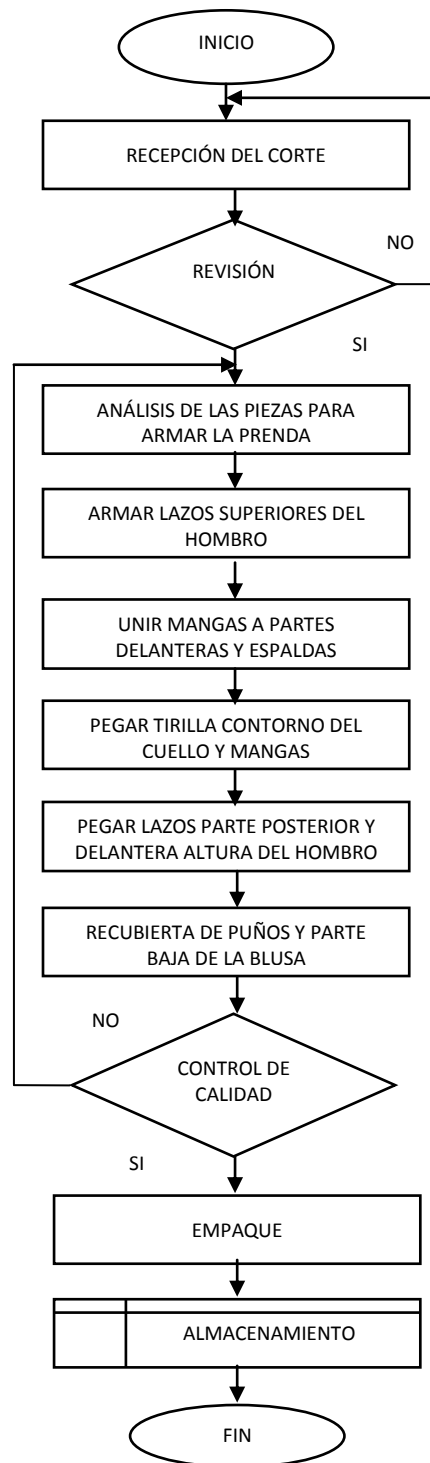




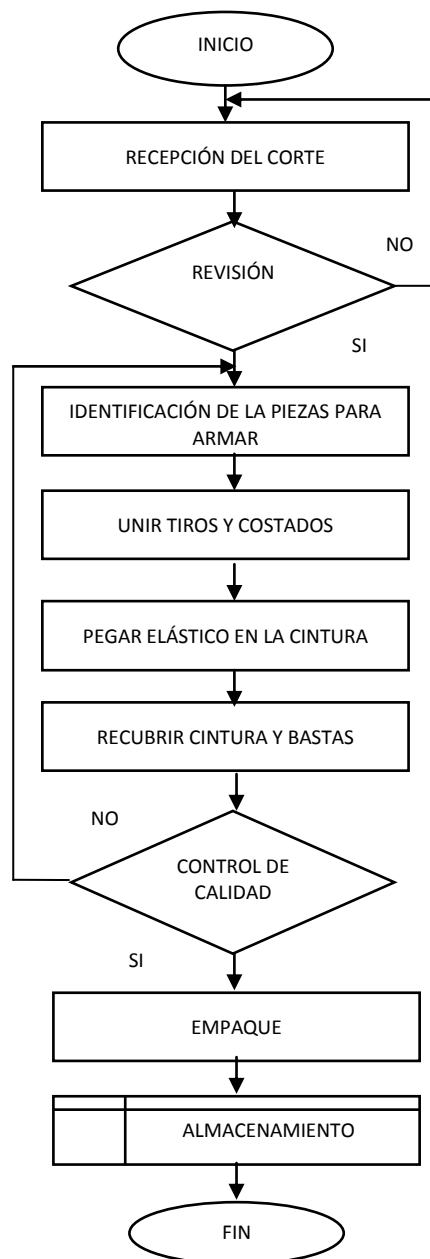
## Leggins



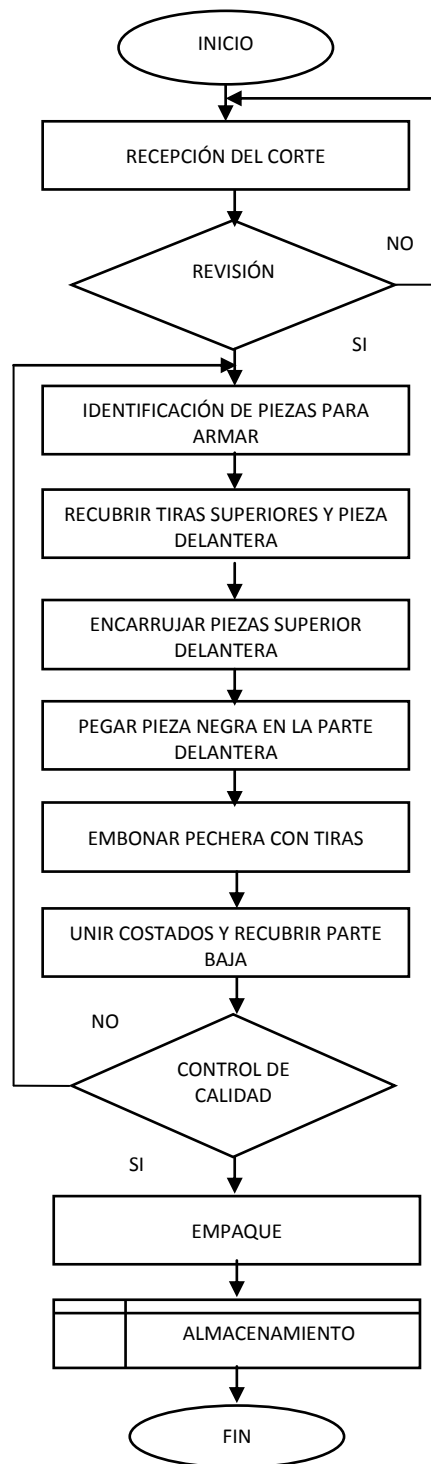
## Ternos de niña (blusa)



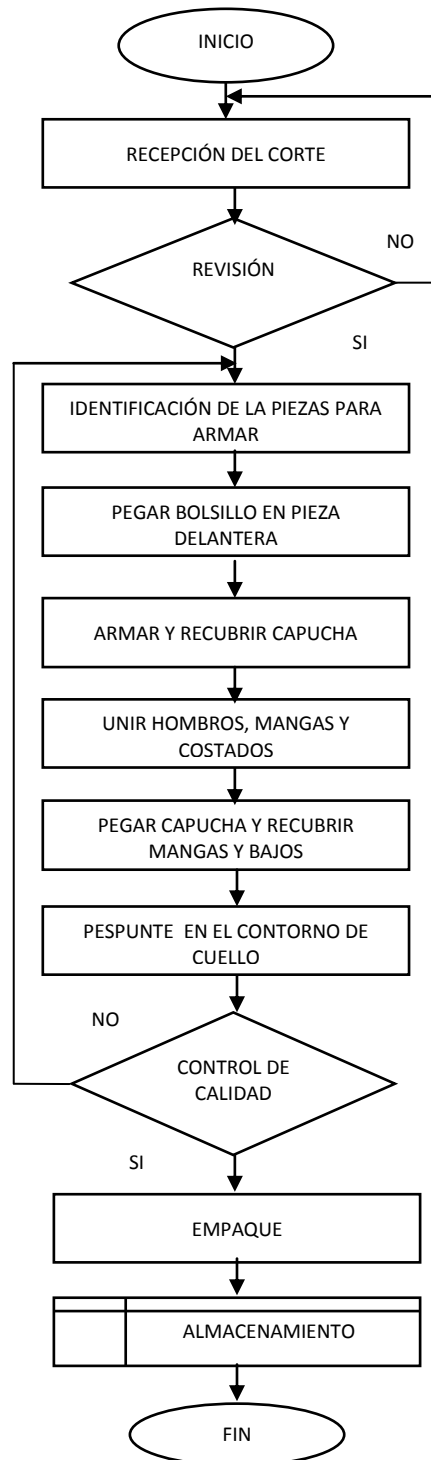
## Ternos de niña (pantalón)



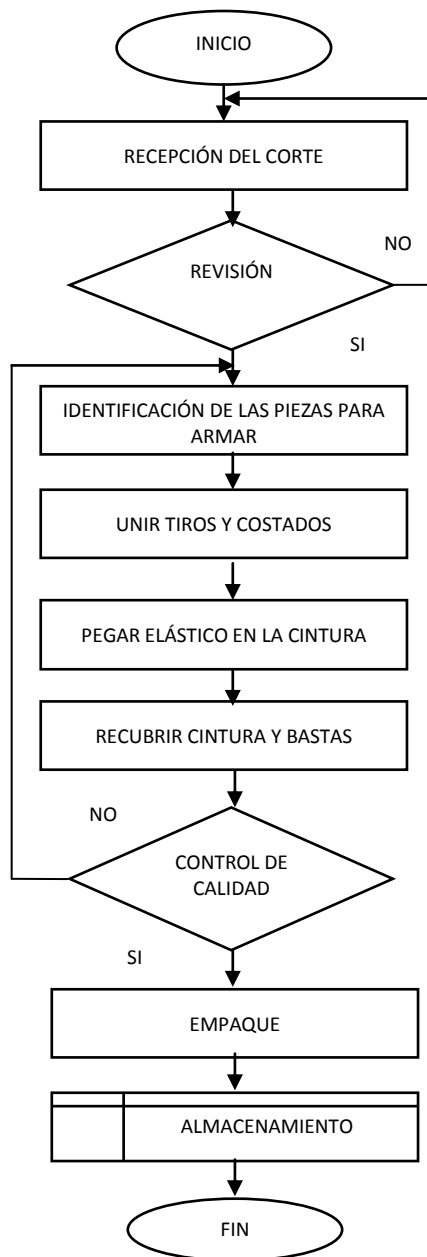
## Vestidos



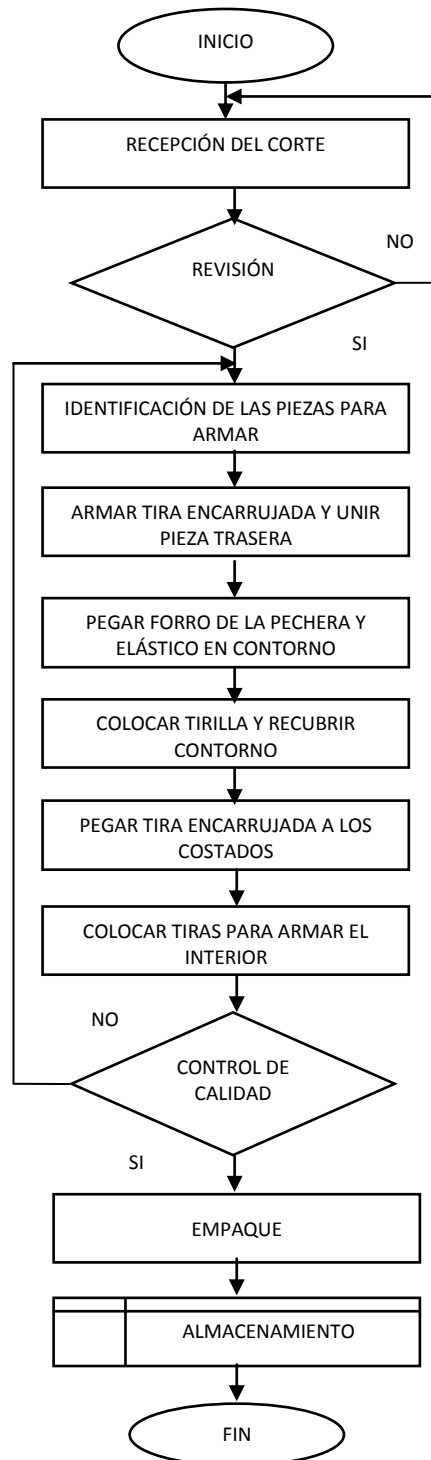
## Calentadores (chompa)



## Calentadores (pantalón)



## Ternos de baño



## 4.6. Presupuesto de Inversiones

Para iniciar con las actividades productivas de la microempresa es necesario realizar las debidas inversiones para la adquisición de activos fijos y presupuestar el capital de trabajo.

### 4.6.1. Inversiones Fijas

Son todas las inversiones tangibles productivas que la microempresa necesita para el funcionamiento.

- **Maquinaria y Equipo**

La maquinaria y equipo que se utilizará para la producción de las prendas de vestir, estará integrada por diferentes operarios y procesos de producción, es decir durante los 5 años que está proyectado en el ejercicio financiero, no es necesario comprar nueva maquinaria, ya que tiene una vida útil de 10 años.

**CUADRO No.93**  
**MAQUINARIA Y EQUIPOS**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maquina recubridora 5 hilos	1	1.200,00	1.200,00
Máquina overlock 4 hilos	2	1.000,00	2.000,00
Máquina industrial	2	800,00	1.600,00
Máquina cortadora circular con disco	1	1.300,00	1.300,00
<b>TOTAL</b>			<b>6.100,00</b>

Fuente: Importadora

Elaborado por: La autora

- **Muebles y Enseres**

Los muebles y enseres que se adquirirán para el funcionamiento de la microempresa en el área administrativa y producción son los siguientes.



**CUADRO No.94**  
**MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>ADMINISTRATIVA</b>			
Escritorios modular pequeño	2	130,00	260,00
Archivador vertical	2	80,00	160,00
Sillas de oficina	6	30,00	180,00
<b>PRODUCCIÓN</b>			
Mesa de trabajo	2	150,00	300,00
Estanterías	4	170,00	680,00
Sillas de trabajo	10	25,00	250,00
Mueble para insumos y materiales	1	190,00	190,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.020,00</b>

Fuente: Almacén Línea Nueva

Elaborado por: La autora

- **Equipo de Computación**

La adquisición de los equipos de computación son necesarios para funcionamiento del área administrativa, tales como:

**CUADRO No.95**  
**EQUIPO DE CÓMPUTO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador de escritorio	2	725,00	1.450,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.450,00</b>

Fuente: MOVICOM

Elaborado por: La autora

- **Equipos de Oficina**

Los equipos de oficina necesaria para el funcionamiento de la Área administrativa son los siguientes:

**CUADRO No.96**  
**EQUIPO DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora Multifunción	1	200,00	200,00
Teléfono fijo	2	110,00	220,00
Sumadora	2	30,00	60,00
<b>TOTAL</b>			<b>480,00</b>

Fuente: PROVESUM

Elaborado por: La autora

- **Resumen de inversiones fijas**

**CUADRO No.97**  
**RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Maquinaria y equipos	6.100,00
Muebles y enseres	2.020,00
Equipo de computación	1.450,00
Equipo de oficina	480,00
<b>TOTAL</b>	<b>10.050,00</b>

Elaborado por: La autora

#### **4.6.2. Capital de Trabajo**

Son los recursos que necesita la microempresa para el inicio de sus actividades, dinero que está destinado para cubrir las erogaciones de un mes, tiempo que necesita para generar recursos de la propia actividad.

**CUADRO No. 98**  
**CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
Mano de obra	2496,38	
Insumos	121,50	
Materiales	4,78	
Servicios básicos	40,00	
Mantenimiento maquinaria	15,00	

<b>Subtotal (CP)</b>		<b>2.677,65</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldos administrativos	956,63	
Arriendo	250,00	
Servicios de comunicación	50,00	
Suministros de oficina	11,47	
Mantenimiento Computación	15,00	
<b>Subtotal total (GA)</b>		<b>1.283,10</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		
Publicidad	86,50	
<b>Subtotal total (GV)</b>		<b>86,50</b>
<b>Total</b>		<b>4.047,25</b>
Imprevistos 2%		80,94
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>4.128,19</b>

Elaborado por: La autora

#### 4.6.3. Inversión Inicial

La inversión inicial del proyecto está compuesta de: activos fijos y capital de trabajo.

#### CUADRO No. 99 INVERSIÓN INICIAL

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos fijos	10.050,00
Capital de trabajo	4.128,19
<b>TOTAL</b>	<b>14.178,19</b>

Elaborado por: La autora

#### 4.6.4. Financiamiento del proyecto

Para el inicio de las operaciones de la microempresa se necesita una inversión inicial que asciende a 14.178,19 dólares, de los cuales 6.178,19 dólares será de origen propio, y el financiado será de 8.000 dólares, el cual se lo obtendrá a través del Banco Nacional del Fomento.

**CUADRO No.100**  
**FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	6.178,19	43,58
Capital Financiado	8.000,00	56,42
<b>TOTAL</b>	<b>14.178,19</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: La autora

#### 4.6.5. Requerimiento de Talento Humano

El talento humano que necesita la microempresa es:

**CUADRO No.101**  
**REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO**

DESCRIPCIÓN	No.
Gerente	1
Contadora	1
Jefe de Producción	1
Operarias	5
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>

Elaborado por: La autora

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se encuentra la información financiera como: los ingresos, egresos, estados financieros, y la evaluación de la inversión que permitirá establecer la factibilidad del proyecto y por consiguiente una adecuada toma de decisiones.

#### 5.1. Ingresos

Los ingresos de la microempresa están representados por el servicio de confección de las diferentes prendas de vestir.

Para establecer el tipo de prendas a confeccionar se tomó como base el estudio de mercado, donde se determinó las necesidades del servicio de confección de cada prenda de vestir por parte de las empresas dedicadas a la actividad textil.

##### 5.1.1. Proyección de Ingresos

Para la proyección de los ingresos, se tomó en cuenta el estudio de mercado y la capacidad de la microempresa. Con respecto al precio del servicio de confección se lo estableció mediante el análisis de costos y gastos más un margen de utilidad, tomando en cuenta la competencia, estos crecen el 4,16% según la inflación anual del 2012.

**CUADRO No.102**  
**PROYECCIÓN DE INGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Blusas en docenas	1.236	1.298	1.363	1.431	1.503
Precio por docena	18,00	18,75	19,53	20,34	21,19
<b>Subtotal</b>	<b>22.248,00</b>	<b>24.337,50</b>	<b>26.619,39</b>	<b>29.106,54</b>	<b>31.848,57</b>

Leggins en docenas	648	680	714	750	788
Precio por docena	9,00	9,37	9,76	10,17	10,59
<b>Subtotal</b>	<b>5.832,00</b>	<b>6.371,60</b>	<b>6.968,64</b>	<b>7.627,50</b>	<b>8.344,92</b>
Ternos de niña en docenas	516	542	569	597	627
Precio por docena	15,00	15,62	16,27	16,95	17,66
<b>Subtotal</b>	<b>7.740,00</b>	<b>8.466,04</b>	<b>9.257,63</b>	<b>10.119,15</b>	<b>11.072,82</b>
Vestidos en docenas	492	517	543	570	599
Precio por docena	15,00	15,62	16,27	16,95	17,66
<b>Subtotal</b>	<b>7.380,00</b>	<b>8.075,54</b>	<b>8.834,61</b>	<b>9.661,50</b>	<b>10.578,34</b>
Calentadores en docenas	300	315	331	348	365
Precio por docena	26,25	27,34	28,48	29,66	30,89
<b>Subtotal</b>	<b>7.875,00</b>	<b>8.612,10</b>	<b>9.426,88</b>	<b>10.321,68</b>	<b>11.274,85</b>
Ternos de baño en docenas	288	302	317	333	350
Precio por docena	18,75	19,53	20,34	21,19	22,07
<b>Subtotal</b>	<b>5.400,00</b>	<b>5.898,06</b>	<b>6.447,78</b>	<b>7.056,27</b>	<b>7.724,50</b>
<b>TOTAL</b>	<b>56.475,00</b>	<b>61.760,84</b>	<b>67.554,93</b>	<b>73.892,64</b>	<b>80.844,00</b>

Fuente: Estudio de Mercado y Técnico  
Elaborado por: La autora

## 5.2. Egresos.

Los egresos están representados por las erogaciones que la microempresa debe desembolsar para el normal funcionamiento de sus actividades, la cantidad crece en función a las necesidades para el servicio. Los costos fueron proyectados de acuerdo a la inflación del 4,16% del año 2012. El costo del talento humano crece al 9,9% según la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años.

### 5.2.1. Costos de Producción.

Dentro de los costos de producción, se encuentra la mano de obra, insumos y los CIF.

### Mano de Obra Directa.

La mano de obra directa, está conformada por las personas que están a cargo de las actividades de confección de las prendas.

**CUADRO No.103**  
**SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Jefe de producción	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
5	Operarias	1.590,00	1.747,41	1.920,40	2.110,52	2.319,47
	MENSUAL	1.940,00	2.132,06	2.343,13	2.575,10	2.830,04
	ANUAL	23.280,00	25.584,72	28.117,61	30.901,25	33.960,47

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La autora

- **Proyección del costo total de mano de obra**

**CUADRO No.104**  
**PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	23.280,00	25.584,72	28.117,61	30.901,25	33.960,47
Aporte Patronal	2.828,52	3.108,54	3.416,29	3.754,50	4.126,20
Fondos de Reserva		2.132,06	2.343,13	2.575,10	2.830,04
Décimo Tercero	1.940,00	2.132,06	2.343,13	2.575,10	2.830,04
Décimo Cuarto	1.908,00	2.096,89	2.304,48	2.532,63	2.783,36
Total costo de mano de obra	29.956,52	35.054,28	38.524,65	42.338,59	46.530,11

Elaborado por: La autora

### Insumos

Para brindar el servicio se necesita como costo directo a más de la mano de obra, los insumos que está representado solo por los hilos, debido a que la empresa que contrata el servicio de confección provee del diseño, tela, y de más accesorios por ser prendas de producción exclusiva.

**CUADRO No.105**  
**COSTO DE INSUMOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Blusas</b>					
No. conos de hilo	185	195	204	215	225
Precio unitario	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53
Subtotal	556,20	608,40	665,44	727,70	796,11
<b>Leggins</b>					
No. conos de hilo	65	68	71	75	79
Precio unitario	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53
Subtotal	194,40	212,49	232,39	254,26	278,26
<b>Ternos de niña</b>					
No. conos de hilo	103	108	114	119	125
Precio unitario	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53
Subtotal	309,60	338,73	370,40	404,79	442,82
<b>Vestidos</b>					
No. conos de hilo	74	78	81	86	90
Precio unitario	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53
Subtotal	221,40	242,33	265,10	289,86	317,28
<b>Calentadores</b>					
No. conos de hilo	30	32	33	35	37
Precio unitario	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53
Subtotal	90,00	98,43	107,73	117,98	128,89
<b>Ternos de baño</b>					
No. conos de hilo	29	30	32	33	35
Precio unitario	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53
Subtotal	86,40	94,37	103,18	112,89	123,59
<b>TOTAL</b>	<b>1.458,00</b>	<b>1.594,74</b>	<b>1.744,24</b>	<b>1.907,49</b>	<b>2.086,95</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La autora

**Costos Indirectos de Producción**

- **Materiales para la producción**



**CUADRO No.106**  
**MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales para la producción	57,30	59,68	62,17	64,75	67,45
<b>TOTAL</b>	<b>57,30</b>	<b>59,68</b>	<b>62,17</b>	<b>64,75</b>	<b>67,45</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La autora

- Servicios básicos**

**CUADRO No.107 SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	360	375	391	407	424
Agua	120	125	130	136	141
<b>TOTAL</b>	<b>480,00</b>	<b>499,97</b>	<b>520,77</b>	<b>542,43</b>	<b>565,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La autora

- Mantenimiento Maquinaria**

**CUADRO No.108**  
**MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento maquinaria y equipos	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87

Fuente: Investigación Directa.  
Elaborado por: La autora

- Resumen de costos de producción**

**CUADRO No.109**  
**RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS DIRECTOS</b>					
Mano de obra	29.956,52	35.054,28	38.524,65	42.338,59	46.530,11
Insumos	1.458,00	1.594,74	1.744,24	1.907,49	2.086,95
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>					
Materiales	57,30	59,68	62,17	64,75	67,45
Servicios básicos	480,00	499,97	520,77	542,43	565,00
Mantenimiento maquinaria	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
<b>TOTAL</b>	<b>32.131,82</b>	<b>37.396,16</b>	<b>41.047,11</b>	<b>45.056,67</b>	<b>49.461,38</b>

Fuente: Investigación Directa.  
Elaborado por: La autora

### 5.2.2. Gastos Administrativos

En los gastos administrativos se encuentra, el pago de sueldos al personal administrativo, arriendo, la compra de suministros de oficina, servicios de comunicación, y el mantenimiento del equipo de computación; éstos crecen en base a la inflación del 4,16%, excepto los sueldos que crecen al 9,9% según la tendencia del sueldo básico.

- **Sueldos Administrativos**

Son los pagos de sueldo que se realiza al administrador y contadora por sus actividades realizadas en la microempresa

**CUADRO No.110**  
**SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente	400,00	439,60	483,12	530,95	583,51
1	Contadora	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
	MENSUAL	750,00	824,25	905,85	995,53	1.094,09
	ANUAL	9.000,00	9.891,00	10.870,21	11.946,36	13.129,05

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La autora

**CUADRO No.111**  
**PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	9.000,00	9.891,00	10.870,21	11.946,36	13.129,05
Aporte Patronal	1.093,50	1.201,76	1.320,73	1.451,48	1.595,18
Fondos de Reserva		824,25	905,85	995,53	1.094,09
Décimo Tercero	750,00	824,25	905,85	995,53	1.094,09
Décimo Cuarto	636,00	698,96	768,16	844,21	927,79
Total costo de sueldos administrativos	11.479,50	13.440,22	14.770,80	16.233,11	17.840,19

Elaborado por: La autora

- **Arriendo**

Son los gastos por el arriendo del local donde funcionará la microempresa.

**CUADRO No.112  
ARRIENDO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	3.000,00	3.124,80	3.254,79	3.390,19	3.531,22

Elaborado por: La autora

- **Servicios de comunicación**

**CUADRO No.113  
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	360	375	391	407	424
Internet	240	250	260	271	282
<b>TOTAL</b>	<b>600,00</b>	<b>624,96</b>	<b>650,96</b>	<b>678,04</b>	<b>706,24</b>

Elaborado por: La autora

- **Suministros de Oficina**

Los suministros de oficina son útiles para llevar a cabo las actividades del negocio.

**CUADRO No.114  
SUMINISTROS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel resma	8	3,60	28,80	30,00	31,25	32,55	33,90
Carpetas	10	0,35	3,50	3,65	3,80	3,96	4,12
Esferográfico	7	0,30	2,10	2,19	2,28	2,37	2,47
Tinta impresora	5	6,00	30,00	31,25	32,55	33,90	35,31
Cuaderno	5	1,40	7,00	7,29	7,59	7,91	8,24
Lápiz	10	1,25	12,50	13,02	13,56	14,13	14,71
Borrador	5	0,35	1,75	1,82	1,90	1,98	2,06
Basureros	2	6,00	12,00	12,50	13,02	13,56	14,12
Libretines (facturas)	5	8,00	40,00	41,66	43,40	45,20	47,08
<b>TOTAL</b>			<b>137,65</b>	<b>143,38</b>	<b>149,34</b>	<b>155,55</b>	<b>162,02</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

- **Mantenimiento Equipo de Computación**

Es indispensable realizar el mantenimiento constante del equipo de computación, es por eso que se destina un pago cada mes.

**CUADRO No.115**  
**MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	180	187	195	203	212

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.116**  
**RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	11.479,50	13.440,22	14.770,80	16.233,11	17.840,19
Arriendo	3.000,00	3.124,80	3.254,79	3.390,19	3.531,22
Servicios de comunicación	600,00	624,96	650,96	678,04	706,24
Suministros de oficina	137,65	143,38	149,34	155,55	162,02
Mantenimiento computación	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
<b>TOTAL</b>	<b>15.397,15</b>	<b>17.520,84</b>	<b>19.021,18</b>	<b>20.660,31</b>	<b>22.451,56</b>

Elaborado por: La autora

### 5.2.3. Gastos de Ventas

Los gastos de ventas está compuesto por la publicidad; que se utiliza para dar a conocer el producto, éstos crecen al ritmo de la inflación.

- **Publicidad**

**CUADRO No.117**  
**PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Radio	510,00	531,22	553,31	576,33	600,31
Prensa	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
Página web	288,00	299,98	312,46	325,46	339,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.038,00</b>	<b>1.081,18</b>	<b>1.126,16</b>	<b>1.173,01</b>	<b>1.221,80</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

### CUADRO No.118 RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	1.038,00	1.081,18	1.126,16	1.173,01	1.221,80
<b>TOTAL</b>	<b>1.038,00</b>	<b>1.081,18</b>	<b>1.126,16</b>	<b>1.173,01</b>	<b>1.221,80</b>

Elaborado por: La autora

#### 5.2.4. Gastos Financieros.

Para cubrir la inversión total del proyecto, se considera indispensable solicitar un préstamo de \$8.000,00 dólares en el Banco Nacional de Fomento, bajo las siguientes condiciones de financiamiento.

### CUADRO No.119 DATOS DEL PRÉSTAMO

DEUDA =	\$8.000,00
AÑOS =	5
INTERÉS =	13%
PERIODOS DE PAGO =	MENSUAL

Elaborado por: La autora

### CUADRO No.120 TABLA DE AMORTIZACIÓN

meses	cuota	Intereses	amortización	amortizado	pendiente
<b>0</b>					8.000,00
<b>1</b>	182,02	86,67	95,36	95,36	7.904,64
<b>2</b>	182,02	85,63	96,39	191,75	7.808,25
<b>3</b>	182,02	84,59	97,44	289,18	7.710,82
<b>4</b>	182,02	83,53	98,49	387,67	7.612,33
<b>5</b>	182,02	82,47	99,56	487,23	7.512,77
<b>6</b>	182,02	81,39	100,64	587,87	7.412,13
<b>7</b>	182,02	80,30	101,73	689,60	7.310,40
<b>8</b>	182,02	79,20	102,83	792,42	7.207,58
<b>9</b>	182,02	78,08	103,94	896,37	7.103,63
<b>10</b>	182,02	76,96	105,07	1.001,43	6.998,57
<b>11</b>	182,02	75,82	106,21	1.107,64	6.892,36
<b>12</b>	182,02	74,67	107,36	1.215,00	6.785,00
<b>13</b>	182,02	73,50	108,52	1.323,52	6.676,48
<b>14</b>	182,02	72,33	109,70	1.433,22	6.566,78
<b>15</b>	182,02	71,14	110,88	1.544,10	6.455,90
<b>16</b>	182,02	69,94	112,09	1.656,19	6.343,81
<b>17</b>	182,02	68,72	113,30	1.769,49	6.230,51
<b>18</b>	182,02	67,50	114,53	1.884,01	6.115,99

<b>19</b>	182,02	66,26	115,77	1.999,78	6.000,22
<b>20</b>	182,02	65,00	117,02	2.116,80	5.883,20
<b>21</b>	182,02	63,73	118,29	2.235,09	5.764,91
<b>22</b>	182,02	62,45	119,57	2.354,66	5.645,34
<b>23</b>	182,02	61,16	120,87	2.475,53	5.524,47
<b>24</b>	182,02	59,85	122,18	2.597,71	5.402,29
<b>25</b>	182,02	58,52	123,50	2.721,21	5.278,79
<b>26</b>	182,02	57,19	124,84	2.846,04	5.153,96
<b>27</b>	182,02	55,83	126,19	2.972,23	5.027,77
<b>28</b>	182,02	54,47	127,56	3.099,79	4.900,21
<b>29</b>	182,02	53,09	128,94	3.228,73	4.771,27
<b>30</b>	182,02	51,69	130,34	3.359,07	4.640,93
<b>31</b>	182,02	50,28	131,75	3.490,81	4.509,19
<b>32</b>	182,02	48,85	133,18	3.623,99	4.376,01
<b>33</b>	182,02	47,41	134,62	3.758,61	4.241,39
<b>34</b>	182,02	45,95	136,08	3.894,68	4.105,32
<b>35</b>	182,02	44,47	137,55	4.032,23	3.967,77
<b>36</b>	182,02	42,98	139,04	4.171,27	3.828,73
<b>37</b>	182,02	41,48	140,55	4.311,82	3.688,18
<b>38</b>	182,02	39,96	142,07	4.453,89	3.546,11
<b>39</b>	182,02	38,42	143,61	4.597,50	3.402,50
<b>40</b>	182,02	36,86	145,16	4.742,66	3.257,34
<b>41</b>	182,02	35,29	146,74	4.889,40	3.110,60
<b>42</b>	182,02	33,70	148,33	5.037,73	2.962,27
<b>43</b>	182,02	32,09	149,93	5.187,66	2.812,34
<b>44</b>	182,02	30,47	151,56	5.339,22	2.660,78
<b>45</b>	182,02	28,83	153,20	5.492,42	2.507,58
<b>46</b>	182,02	27,17	154,86	5.647,28	2.352,72
<b>47</b>	182,02	25,49	156,54	5.803,81	2.196,19
<b>48</b>	182,02	23,79	158,23	5.962,05	2.037,95
<b>49</b>	182,02	22,08	159,95	6.121,99	1.878,01
<b>50</b>	182,02	20,35	161,68	6.283,67	1.716,33
<b>51</b>	182,02	18,59	163,43	6.447,10	1.552,90
<b>52</b>	182,02	16,82	165,20	6.612,30	1.387,70
<b>53</b>	182,02	15,03	166,99	6.779,30	1.220,70
<b>54</b>	182,02	13,22	168,80	6.948,10	1.051,90
<b>55</b>	182,02	11,40	170,63	7.118,72	881,28
<b>56</b>	182,02	9,55	172,48	7.291,20	708,80
<b>57</b>	182,02	7,68	174,35	7.465,55	534,45
<b>58</b>	182,02	5,79	176,23	7.641,78	358,22
<b>59</b>	182,02	3,88	178,14	7.819,93	180,07
<b>60</b>	182,02	1,95	180,07	8.000,00	0,00

Fuente: BNF

**CUADRO No.121****GASTOS FINANCIEROS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	969,30	801,59	610,73	393,52	146,34

Fuente: CFN

Elaborado por: La autora

**5.2.5. Depreciación y amortización de diferidos**

La mayor parte de los activos fijos al pasar el tiempo van perdiendo su valor, por tal razón se aplica la depreciación a cada uno de ellos.

**CUADRO No.122****DEPRECIACIÓN**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% POR LEY	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y Equipo	6.100,00	10%	610	610	610	610	610
Muebles y Enseres	2020,00	10%	202	202	202	202	202
Equipo de Computación	1.450,00	33,33%	483,33	483,33	483,33		
Renovación de equipo de Computación	1.510,32	33,33%				503,44	503,44
Equipo de Oficina	480,00	10,00%	48	48	48	48	48
<b>TOTAL</b>	<b>11.560,32</b>	<b>0,97</b>	<b>1.343,33</b>	<b>1.343,33</b>	<b>1.343,33</b>	<b>1.363,44</b>	<b>1.363,44</b>

Elaborado por: La autora

**5.2.6. Gastos de estudios y constitución****CUADRO No.123****GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudio de factibilidad	1.200
Diseño y adecuación de las instalaciones	400
Trámites de constitución	300
<b>TOTAL</b>	<b>1.900</b>

Elaborado por: La autora

### 5.2.7. Resumen de Costos y Gastos

**CUADRO No.124  
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	32.131,82	37.396,16	41.047,11	45.056,67	49.461,38
Gastos de administrativos	15.397,15	17.520,84	19.021,18	20.660,31	22.451,56
Gastos de ventas	1.038,00	1.081,18	1.126,16	1.173,01	1.221,80
Gastos financieros	969,30	801,59	610,73	393,52	146,34
Gasto depreciación	1.343,33	1.343,33	1.343,33	1.363,44	1.363,44
Gasto de estudios y constitución	1.900,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>52.779,60</b>	<b>58.143,10</b>	<b>63.148,51</b>	<b>68.646,95</b>	<b>74.644,52</b>

Elaborado por: La autora

### 5.3. Estados Financieros

#### 5.3.1. Estado de Situación Financiera

Este balance representa la posición financiera de la microempresa, con los valores que da inicio las actividades en activos y pasivos.

**CUADRO No.125  
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**

ACTIVO		PASIVO			
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		4.128,19	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>		8.000,00
Caja - Bancos	4.128,19		Préstamo por pagar	8.000,00	
		10.050,00			
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>			<b>CAPITAL</b>		6.178,19
Maquinaria y equipos	6.100,00				
Equipo de computación	1.450,00				
Equipo de oficina	480,00				
Muebles y enseres	2.020,00				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>14.178,19</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y CAPITAL</b>		<b>14.178,19</b>

Elaborado por: La autora



### 5.3.2. Estado de Resultados

El estado de resultados representa la posición económica reflejada en la utilidad.

**CUADRO No.126 ESTADO DE RESULTADOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos proyectados	56.475,00	61.760,84	67.554,93	73.892,64	80.844,00
Costos de producción	32.131,82	37.396,16	41.047,11	45.056,67	49.461,38
<b>(=)Utilidad bruta</b>	<b>24.343,18</b>	<b>24.364,68</b>	<b>26.507,82</b>	<b>28.835,97</b>	<b>31.382,62</b>
Gastos administrativos	15.397,15	17.520,84	19.021,18	20.660,31	22.451,56
Gastos de ventas	1.038,00	1.081,18	1.126,16	1.173,01	1.221,80
Depreciación	1.343,33	1.343,33	1.343,33	1.363,44	1.363,44
Gastos financieros	969,30	801,59	610,73	393,52	146,34
Gasto de estudios y constitución	1.900,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=)Utilidad operativa proyectada</b>	<b>3.695,40</b>	<b>3.617,74</b>	<b>4.406,42</b>	<b>5.245,69</b>	<b>6.199,48</b>
(-15%) Part. Trabajadores	554,31	542,66	660,96	786,85	929,92
<b>(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos</b>	<b>3.141,09</b>	<b>3.075,08</b>	<b>3.745,46</b>	<b>4.458,84</b>	<b>5.269,56</b>
Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=)Utilidad neta proyectada</b>	<b>3.141,09</b>	<b>3.075,08</b>	<b>3.745,46</b>	<b>4.458,84</b>	<b>5.269,56</b>

Elaborado por: La autora

### 5.3.3. Flujo de Caja

El flujo de caja permite determinar la dinámica de la microempresa en lo que tiene que ver a las entradas y salidas de efectivo.

**CUADRO No.127 FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Inversión inicial	-14.178,19					
Utilidad operacional		3.695	3.618	4.406	5.246	6.199
(+)Depreciación		1.343,33	1.343,33	1.343,33	1.363,44	1.363,44
(-)Reinversión					1.510,32	
(-)Part. Trabajadores		554,31	542,66	660,96	786,85	929,92
(-)Impuestos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Recuperación de inversión fija						4.803,44
<b>(=) FLUJO DE CAJA DE NETO PROYECTADO</b>	<b>-14.178,19</b>	<b>4.484,42</b>	<b>4.418,41</b>	<b>5.088,79</b>	<b>4.311,96</b>	<b>11.436,44</b>

Elaborado por: La autora

#### 5.4. Evaluación de la Inversión.

##### 5.4.1. Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimiento Medio

**CUADRO No.128  
COSTO DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	6.178	43,58	4,75	206,98
Capital Financiado	8.000	56,42	13,00	733,52
<b>TOTAL</b>	<b>14.178</b>	<b>100,00</b>	<b>17,75</b>	<b>940,50</b>

Elaborado por: La autora

##### **Tasa de Rendimiento Medio**

$$\begin{aligned}ck &= 9,41\% \\if(\text{inflación}) &= 4,16\% \\TRM &= ((1+ck)(1+if))-1 \\TRM &= 0,1396 \\TRM &= 13,96\%\end{aligned}$$

##### 5.4.2. Valor Actual Neto.

Está basado en los flujos deflactados del proyecto que presenta durante su vida útil, lo que desea explicar es que si resulta mayor a cero se considera una inversión favorable.

**CUADRO No.129  
VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 13,96%
0	-14.178	-14.178
1	4.484	3.935
2	4.418	3.402
3	5.089	3.438
4	4.312	2.557
5	11.436	5.950
	<b>VAN</b>	<b>5.104</b>

Fuente: Flujo de caja  
Elaborado por: La autora

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \cdots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

**VAN = 5.104 USD.**

Este análisis demuestra que el proyecto es factible de realizarlo; ya que su rentabilidad es de 16.632,90 dólares a tiempo real.

#### 5.4.3. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno se fundamenta de acuerdo al tiempo en que se vaya recuperando parte de la inversión del proyecto, entre menor tiempo sea es una ventaja para la microempresa.

**CUADRO No.130  
TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑO	FL NETOS	FLUJO 13,96%	FLUJO 27%
0	-14.178	-14.178	-14.178
1	4.484	3.935	3.531
2	4.418	3.402	2.739
3	5.089	3.438	2.484
4	4.312	2.557	1.658
5	11.436	5.950	3.462
<b>VAN</b>		5.104	-304

Fuente: Flujo de caja  
Elaborado por: La autora

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{VANTi - VANTs}$$

**TIR = 26,06%**

Con éste análisis se determina que el proyecto es factible, ya que el TIR que se obtuvo es mayor que la tasa de rendimiento medio, por tanto es el rendimiento que devuelve una inversión en un periodo de tiempo.

#### 5.4.4. Recuperación de la Inversión

**CUADRO No.131  
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	14.178,19	3.935,09	3.935,09	1	AÑO
2		3.402,21	3.402,21	2	AÑO
3		3.438,41	3.438,41	3	AÑO
4		2.556,61	2.556,61	4	AÑO
5		5.950,2	845,88	1	MES

Fuente: Flujo de caja  
Elaborado por: La autora

Se determina que la inversión realizada, se recuperará en 4 años y mes.

#### 5.4.5. Beneficio Costo.

**CUADRO No.132  
BENEFICIO COSTO**

AÑOS	FNE	FNEA
		0,1396
1	4.484	3.935
2	4.418	3.402
3	5.089	3.438
4	4.312	2.557
5	11.436	5.950
SUMAN...		19.282

Fuente: Flujo de caja  
Elaborado por: La autora

$$C/B = \frac{\sum FNEA}{INVERSIÓN INICIAL}$$

$$C / B = \frac{19.282}{14.178}$$

$$C/B=1,36$$

Éste evaluador indica que por cada dólar invertido en el proyecto, se generará 0,36 dólares adicionales.

#### 5.4.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio establece el nivel de ventas que necesita efectuar la microempresa para mantener un equilibrio operativo en los ingresos y egresos.

Para el análisis del punto de equilibrio primeramente se clasificó los costos:

**CUADRO No.133 DETERMINACIÓN DE COSTOS**

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>
Gastos administrativos	15.397,15
Gastos de ventas	1.038,00
Gasto interés	969,30
Depreciación	1.343,33
Gastos de estudios y constitución	1.900,00
<b>SUBTOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>20.647,78</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Mano de obra	29.956,52
Insumos	1.458,00
Materiales	57,30
Servicios básicos	480,00
Mantenimiento maquinaria	180,00
<b>SUBTOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>32.131,82</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>52.779,60</b>

Elaborado por: La autora

Para obtener el punto de equilibrio tanto en dólares como en cantidad se aplicó las siguientes fórmulas:

$$PE\$ = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE. \text{Unidades} = \frac{\text{Punto de equilibrio\$}}{PVu}$$

**CUADRO No.134**  
**DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

Descripción	Valor\$	%	Costos fijos \$	Costo variable \$	Costo total \$	PE \$	PEQ
<b>Blusas</b>							
Ingresos por ventas \$	22248,0 0	39,39%	8134,07	12658,14	20792,22	<b>18870,6 6</b>	<b>104 8</b>
Cantidad (d)	1236,00						
Precio (\$)	18,00						
<b>Leggins</b>							
Ingresos por ventas \$	5832,00	10,33%	2132,23	3318,15	5450,39	<b>4946,68</b>	<b>550</b>
Cantidad (d)	648,00						
Precio (\$)	9,00						
<b>Ternos de niña</b>							
Ingresos por ventas \$	7740,00	13,71%	2829,82	4403,72	7233,54	<b>6565,03</b>	<b>438</b>
Cantidad (d)	516,00						
Precio (\$)	15,00						
<b>Vestidos</b>							
Ingresos por ventas \$	7380,00	13,07%	2698,20	4198,90	6897,10	<b>6259,68</b>	<b>417</b>
Cantidad (d)	492,00						
Precio (\$)	15,00						
<b>Calentadores</b>							
Ingresos por ventas \$	7875,00	13,94%	2879,17	4480,53	7359,71	<b>6679,54</b>	<b>254</b>
Cantidad (d)	300,00						
Precio (\$)	26,25						
<b>Ternos de baño</b>							
Ingresos por ventas \$	5400,00	9,56%	1974,29	3072,37	5046,65	<b>4580,26</b>	<b>244</b>
Cantidad (d)	288,00						
Precio (\$)	18,75						
<b>Total</b>	56475,0 0	100,00 %	20647,7 8	32131,82	52779,60	<b>47901,8 5</b>	

Fuente: Evaluación financiera

Elaborado por: La autora

#### 5.4.7. Resumen de evaluación de la Inversión

**CUADRO No.135**  
**EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN**

RATIO EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		13,96%	
VAN =	$VAN > 0$	5.104	Aceptable
TIR % =	$TIR > TRM$	26,06%	Aceptable
PRI=		4,1	Años
B/C =	$R B/C > 1$	1,36	Aceptable

Fuente: Evaluación financiera

Elaborado por: La autora

En conclusión, el proyecto es factible en las condiciones analizadas, cuando se ejecute el proyecto se debe realizar ajustes de presupuesto ya que los escenarios son volátiles.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

#### **Presentación**

El estudio organizacional y administrativo del proyecto considera la planeación e implementación de una estructura organizacional para la microempresa.

Se determina las jerarquías y responsabilidades organizacionales, a través del organigrama, analiza aspectos legales en cuanto al tipo de sociedad que se va a implementar y cuál es la normativa que debe cumplir la microempresa.

Este estudio definirá de la mejor manera el operar la parte administrativa de la microempresa, la misma que permitirá obtener el costo final del proyecto; la parte legal tendrá sus respectivos requisitos y trámites que deberá cumplir la microempresa.

#### **6.1. Aspectos estratégicos**

##### **6.1.1. Nombre de la Microempresa.**

El nombre que llevará la microempresa será “Mil costuras”, ya que es una entidad dedicada a la confección de prendas de vestir.

##### **6.1.2. Logotipo**

El logotipo que se empleará para identificar a la microempresa será el siguiente:



**ILUSTRACIÓN No.15**  
**LOGOTIPO**



Elaborado por: La autora

**6.1.3. Misión**

Confeccionar prendas de vestir de excelente calidad, asegurando la disponibilidad y el servicio, manteniendo costos competitivos a través del aprovechamiento de nuestros recursos. Nos basamos en principios de ética, generando relaciones duraderas y de confianza con nuestros clientes y empleados.

**6.1.4. Visión**

Para el año 2018, posicionarnos en el mercado como una empresa exitosa y socialmente responsable con gran reconocimiento a nivel nacional gracias a nuestros productos, calidad, precios y servicio, siempre respetando los derechos y el trabajo tanto de nuestros colaboradores como de nuestros clientes, para así seguir creciendo y poder ofrecer nuestros productos en todo el interior del país.

### **6.1.5. Objetivos**

- ❖ Seleccionar la maquinaria, equipos y herramientas que sean necesarios para la producción de cada prenda con una buena materia prima de calidad y precios convenientes.
- ❖ Lograr una buena distribución en el área física para departamento producción y administración.
- ❖ Capacitar al personal del área de producción, para mejorar la calidad de las prendas de vestir, el cual motive a una constante actualización en la producción y manejo de las diferentes máquinas.
- ❖ Ser una empresa exitosa generadora de empleos.
- ❖ Ser la organización más importante en todas las áreas que la conforman.
- ❖ Obtener un número importante de clientes cautivos.
- ❖ Posicionarnos en el ramo textil como una de las 10 empresas más importantes.
- ❖ Cubrir al máximo la demanda de nuestros clientes para brindar una satisfacción total.
- ❖ Mantener siempre los precios más bajos a comparación de nuestra competencia directa.

### **6.1.6. Políticas de la microempresa**

En la microempresa se deben cumplir con las siguientes políticas establecidas:

- ❖ Medir trimestralmente el cumplimiento de funciones de cada uno de los trabajadores
- ❖ Controlar que se cumpla el horario de trabajo establecido y aplicar las sanciones correspondientes.
- ❖ Tratar a todos sus empleados de la misma forma no demostrar favoritismos por algún trabajador.
- ❖ Brindar capacitaciones continuas al personal para permitirles mejores oportunidades en el ámbito laboral.
- ❖ Llevar el uniforme de trabajo completo de acuerdo a las indicaciones dadas por el jefe de personal.

#### **6.1.7. Principios y Valores.**

Los principios y valores se entienden como la forma de vida de cada organización que desarrolla sus integrantes dentro de la organización.

La microempresa de Confección de Prendas de Vestir deberá determinar valores y principios, ya que son parte del ambiente empresarial, cuyo aporte de la microempresa permitirá establecer adecuadas relaciones con el cliente, de tal manera que la eficiencia de la misma le permita establecerse en el mercado, creando un clima organizacional óptimo.

#### **❖ Honestidad**

Se refiere a una forma de vivir congruente entre lo que se piensa y la conducta que se observa hacia el prójimo, que junto a la justicia, exige en dar a cada quien lo que le es debido.

Estará vinculado con la organización, clientes, proveedores la cual deberá demostrar confianza y honestidad dentro de la organización, para que se cumpla con lo indicado, su responsabilidad tendrá la Gerencia.

#### ❖ **Respeto**

El respeto es aceptar y comprender tal y como son los demás, aceptar y comprender su forma de pensar aunque no sea igual que la nuestra, aunque según nosotros está equivocado, pero quien puede asegurarlo porque para nosotros; está bien los que están de acuerdo con nosotros, sino lo están; creemos que ellos están mal, en su forma de pensar, pero quien asegura que nosotros somos los portadores de la verdad, hay que aprender a respetar y aceptar la forma de ser y pensar de los demás.

#### ❖ **Trabajo en equipo**

El trabajo en equipo se llevará a cabo con todas las personas que se encuentren alrededor de la microempresa, obteniendo un ambiente de colaboración común.

#### ❖ **Puntualidad**

En la microempresa la puntualidad será muy importante ya que esta disciplina ayudará a cumplir nuestras obligaciones en el área que se está elaborando como producción y administrativa.

#### ❖ **Responsabilidad**

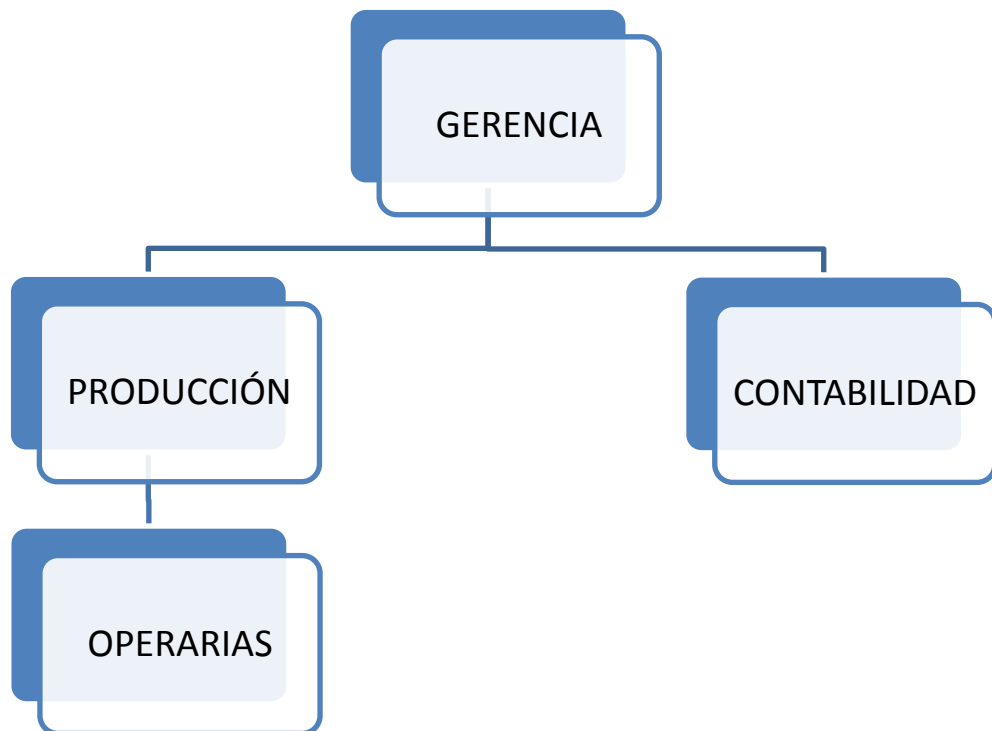
La microempresa tendrá una cultura ética y emprendedora con la capacidad para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente para poseer éxito dentro de la misma.

## ❖ Comunicación

La comunicación será indispensable dentro de la microempresa para procurar y mantener las buenas relaciones en todos los ámbitos, particularmente dentro de la organización y con las personas más cercanas a nosotros, lo cual facilita la convivencia y la armonía dentro de la misma.



## 6.2. Aspecto organizacional

### 6.2.1. Organigrama estructural



## 6.2.2. IDENTIFICACIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES

### a) GERENTE



	
<b>CARGO: GERENTE GENERAL</b>	
<b>OBJETIVO.</b> El objetivo del gerente es administrar de manera óptima los recursos de factor humano y materiales que permitan obtener la mayor contribución a la microempresa.	
<b>FUNCIONES :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Ordenar compra de materiales.</li><li>❖ Programar la producción.</li><li>❖ Seleccionar y contratar personal.</li><li>❖ Ejecutar transacciones comerciales con los clientes.</li><li>❖ Representar a la microempresa ante el gobierno, la banca, el comercio y demás entidades que se requiera.</li><li>❖ Revisar cuidadosamente las cuentas</li><li>❖ Preparar planes, presupuestos y previsiones de ventas.</li><li>❖ Establecer metas y objetivos.</li></ul>	
<b>ANÁLISIS DE PUESTO</b>	

**REQUISITOS :**

- ❖ Título: Ing. Administración de empresas o carreras a fines
- ❖ Edad: De 30 a 35 años.
- ❖ Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.

Nº	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Orientación de servicio	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo sus necesidades. Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.	X		
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelentes	X		
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.	X		
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.	X		
5	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores, etc. Incluye la capacidad de prever la forma en que los nuevos acontecimientos o situaciones afectarán a las personas y grupos de la institución.	X		
6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.	X		
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y la propia.	X		

## b) CONTADOR

					
<b>CARGO: CONTADOR</b>					
<b>OBJETIVO.</b> Es el responsable de planificar, organizar y coordinar todo lo relacionado con el área contable, con la finalidad de obtener las consolidaciones y estados financieros requeridos en la microempresa.					
<b>FUNCIONES :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Llevar los libros de contabilidad de la empresa en debida forma de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.</li><li>❖ Revisar diariamente los registros contables y realizar los ajustes que considere necesarios para que la contabilidad muestre la racionalidad de las cifras de acuerdo con los principios de contabilidad.</li><li>❖ Presentar los estados financieros pertinentes en el lapso comprendido.</li><li>❖ Controla las entradas y salidas de dinero con sus respectivos comprobantes.</li><li>❖ Clasificar, guardar y resumir información numérica y financiera para recopilar asientos contables en los libros.</li><li>❖ Presentar las obligaciones tributarias, impuestos a la renta, así como también las obligaciones sociales y personales al IESS, en el momento oportuno.</li><li>❖ Analizar e interpretar la información contable en el tiempo real.</li></ul>					
<b>ANÁLISIS DE PUESTO</b>					
<b>REQUISITOS :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>❖ Título: Ing. Contabilidad y Auditoría CPA.</li><li>❖ Edad: De 25 a 30 años.</li><li>❖ Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.</li></ul>					
<b>Nº</b>	<b>COMPETENCIA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>ALTA</b>	<b>MEDIA</b>	<b>BAJA</b>
	Orientación de	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo	X		



1	servicio	sus necesidades. Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.			
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelentes	X		
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.		X	
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.		X	
5	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores, etc. Incluye la capacidad de prever la forma en que los nuevos acontecimientos o situaciones afectarán a las personas y grupos de la institución.	X		
6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.	X		
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y la propia.	X		

### c) PRODUCCIÓN

	
<b>CARGO: PRODUCCIÓN</b>	

**OBJETIVO.** El jefe de producción es el máximo responsable de la parte de la microempresa que desarrolla la actividad que le es propia, a la que la microempresa se dedica.

**FUNCIONES :**

- ❖ Control en los procesos de producción de la microempresa.
- ❖ Definir funciones, responsabilidades a los operarios de cada área de producción.
- ❖ Establecer responsabilidad sobre el actuar del resto de unidades del área de producción.
- ❖ Mejorar el tiempo en los procesos de la confección de prendas de vestir.
- ❖ Vigilar procesamiento de producción.
- ❖ Coordinación de adquisición de la materia prima, insumos y suministros necesarios.
- ❖ Garantizar correcto funcionamiento de máquinas y equipos.
- ❖ Recepción materias primas, e insumos.
- ❖ Reportar al gerente las novedades en forma oportuna.
- ❖ Efectuar el control de calidad de las prendas confeccionadas.

**ANÁLISIS DE PUESTO**

**REQUISITOS :**

- ❖ Técnico en producción textil
- ❖ Edad: De 25 a 30 años.
- ❖ Experiencia: Mínimo 1 años en cargos similares.

Nº	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Orientación de servicio	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo sus necesidades. Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.	X		
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelentes	X		
		Es la capacidad para adaptarse y			

3	Flexibilidad	trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.	X		
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.	X		
5	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores, etc. Incluye la capacidad de prever la forma en que los nuevos acontecimientos o situaciones afectarán a las personas y grupos de la institución.		X	
6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.	X		
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y la propia.	X		

**d) OPERARIAS.**

	
<b>CARGO: OPERARIAS</b>	
<b>OBJETIVO.</b> Realiza diferentes operaciones, siguiendo los distintos procesos indicados según las normas de seguridad.	
<b>FUNCIONES :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Tener una buena planificación en la materia prima e insumos que se utilizan para la producción de la ropa.</li> </ul>	

❖ Realizar la elaboración de los patrones de las prendas de acuerdo a los modelos y tallas requeridos.
❖ Proceso de trazo y corte de las diferentes prendas.
❖ Unión de las piezas seguido de un proceso de control de calidad planchado en la prenda y embalaje del producto terminado.
❖ Se encargan de pegar botones, cierres y demás accesorios que la prenda necesite.
❖ También pegan las respectivas etiquetas dependiendo la talla de las prendas realizadas.
❖ Cuidar que las prendas tengan los acabados de acuerdo a los pedidos realizados por los clientes.

#### ANÁLISIS DE PUESTO

##### REQUISITOS :

- ❖ Bachillerato en corte y confección
- ❖ Experiencia : En corte y trazo de prendas
- ❖ Edad: 25 en adelante

Nº	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	MEDIA	BAJA
1	Orientación de servicio	Implica un deseo de ayudar o de servir a los demás satisfaciendo sus necesidades. Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.	X		
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelentes	X		
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.	X		
4	Construcción de relaciones	Es la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.	X		
5	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores, etc. Incluye la capacidad de prever la forma en		X	

		que los nuevos acontecimientos o situaciones afectarán a las personas y grupos de la institución.			
6	Iniciativa	Es la predisposición para actuar pro activamente. Los niveles de actuación van desde concretar decisiones tomadas en el pasado hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones a problemas.		X	
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y la propia.	X		

### 6.3. Aspecto legal de funcionamiento

#### 6.3.1. Constitución legal

Con el fin de poder constituir la empresa de “**CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR**”, se elige como microempresa unipersonal.

#### CONSTITUCIÓN DE EMPRESA UNIPERSONAL

**1003424494**

Yo **Verónica Patricia Vallejos Posso** identificada con la Cédula de Ciudadanía No. **1003424494** de **IMBABURA** domiciliada en **Atuntaqui**, manifiesto soy comerciante y en tal carácter he decidido constituir la empresa Unipersonal que regirá disposiciones contenidas en los artículos 71 a 80 de la Ley 222 de 1995 y por el código de comercio.

**NOMBRE:** La persona Jurídica que se constituye girará bajo la razón social

**MIL COSTURAS E.U.** y con este contratará, abrirá cuentas bancarias y realizará y ejecutará todos los actos propios de su objeto.

**DOMICILIO:** la empresa Unipersonal tendrá como domicilio principal la ciudad de Atuntaqui entre las calles Calle Juan Velazco y 2 de marzo, República del Ecuador, pero podrá establecer sucursales y agencias en cualquier otra ciudad del país.

**TÉRMINO DE DURACIÓN:** El término de duración será indefinido.

**OBJETO SOCIAL:** La empresa Unipersonal tiene por objeto la confección de toda prenda de vestir.

**PARÁGRAFO:** Se entiende incluidos en el objeto social los actos directamente relacionados con el mismo y que tenga finalidad ejercer los derechos y cumplir las obligaciones legal y convencionalmente derivadas de la existencia y actividad de la sociedad. En desarrollo de su objeto social, la sociedad podrá: 1. Adquirir bienes e inmuebles, corporales e incorporales, tangibles e intangibles. 2. Celebrar contratos de cuentas corrientes, depósitos bancarios, etc. 3. Celebrar contratos de mutuo con o sin interés, dar en garantía sus bienes muebles e inmuebles y celebrar toda clase de operaciones de crédito. 4. Celebrar contratos de prestaciones de servicios. 5. Adquirir, endosar, avalar, transferir, descontar, etc. Cheques, letras de cambio, pagares y en general toda clase de títulos valores. 6. Participar como socia en otras reuniones. 7. En general, celebrar o ejecutar toda clase de actos y contratos.

**CAPITAL:** EL capital de la empresa Unipersonal asciende a la suma de (números y letras), el cual es aportada por el titular de la empresa unipersonal al momento de su constitución.

**APORTACIÓN POSTERIOR DE BIENES:** El constituyente podrá aumentar el capital de la empresa unipersonal mediante la aportación de nuevos bienes en tal caso se procederá en la forma prevista para la

constitución de la empresa. La disminución de capital se sujetará a las reglas señaladas en el artículo 145 del Código de Comercio.

**RESPONSABILIDAD PATRIMONIAL:** El titular de la empresa Unipersonal responde hasta por el monto de sus aportes.

**CESIÓN DE CUOTAS:** El titular de la empresa Unipersonal podrá ceder total o parcialmente a las cuotas sociales a otras personas natural o jurídica mediante documento escrito que se inscriba en el registro público mercantil correspondiente.

#### **6.7.1. Permisos de funcionamiento**

##### **Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de la microempresa**

##### **Personas naturales o empresa de hecho**

- ❖ Obtener el registro único de contribuyentes (RUC).
- ❖ Obtener la Patente Municipal.
- ❖ Obtener el número patronal del IESS.

##### **Trámites para obtener el ruc en el servicio de rentas internas-Sri**

Toda persona natural o jurídica que realice o pretenda realizar en cualquier actividad económica en el país, tiene la obligación de registrarse en el SRI.

- ❖ El número de RUC es personal e intransferible.
- ❖ El trámite es personal.

## **Requisitos**

### **Personas naturales (Empresas de hecho):**

- ❖ Original y copia de la cedula de identidad
- ❖ Original y copia de la papeleta de votación
- ❖ Un documento que certifique la dirección de la Empresa (servicio de pago de los servicios de luz, agua o teléfono )

### **Trámites para obtener la patente municipal**

- ❖ El trámite es obligatorio para toda persona (natural o jurídica), que ejerza una actividad económica.
- ❖ Se inscribe en la jefatura de rentas del municipio.
- ❖ Los pagos que efectúan en la Oficina de Recaudaciones del Municipio o en las Administraciones Zonales.
- ❖ El plazo para cancelar es de 30 días posteriores al inicio de las actividades o de la fecha constante en la escritura de la constitución de la empresa.
- ❖ La periodicidad del impuesto de la patente es anual, pagada hasta el 30 de enero de cada año (para las empresas en funcionamiento).
- ❖ El costo está en función de la naturaleza, cuantía y ubicación del negocio.
- ❖ Solo están exonerados los artesanos calificados.



## **Requisitos para la inscripción (por una sola vez)**

### **Personas naturales o empresas de hecho:**

- ❖ Adquirir el formulario de la patente municipal.
- ❖ Original y copia de la cedula de identidad.
- ❖ Original y copia de la papeleta de votación.
- ❖ RUC actualizado.
- ❖ Carta de pago del impuesto predial donde funciona el negocio.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Para el análisis de los impactos que generará el proyecto, en primer lugar se utilizó una matriz, la cual permitió un estudio detallado de cada una de las variables de los impactos.

A continuación se muestra la matriz, en la cual consta un rango de medición que va desde 1 hasta el 3 tanto positivo como negativos:

**CUADRO No.136**  
**MATRIS DE EVALUACIÓN**

VALOR	SIGNIFICADO
-3	Negativo Nivel Alto
-2	Negativo Nivel Medio
-1	Negativo Nivel Bajo
0	Ni Negativo, Ni Positivo
1	Positivo Nivel Bajo
2	Positivo Nivel Medio
3	Positivo Nivel Alto

Elaborado por: La autora

Para determinar el nivel de impacto generado se procede a utilizar la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

## 7.1. Impacto Socioeconómico

CUADRO No. 137

### IMPACTO SOCIOECONÓMICO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Nivel de ingresos							X	3
Nuevas fuentes de trabajo						X		2
Estabilidad laboral						X		2
Mejores condiciones de vida							X	3
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{SOCIO} - \text{ECONÓMICO}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5$$

### ANÁLISIS:

**Nivel de ingresos:** Al crear la microempresa mejorará el nivel de ingresos de muchas familias y por ende la calidad de vida especialmente del talento humano que laborará directamente en las actividades para brindar el servicio de confección.

**Fuentes de trabajo:** Creando este negocio, se generará nuevas fuentes de empleo para muchas personas que tienen la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en la rama de corte y confección.

**Estabilidad laboral:** La microempresa ofrecerá estabilidad laboral para cada uno de sus trabajadores, así como también gozarán de todos los beneficios que la ley ecuatoriana establece a todos sus trabajadores.

**Mejores condiciones de vida:** Los empleados que laboren en la microempresa, mejorarán sus condiciones de vida notablemente, ya que al obtener un sueldo digno y adecuado a la realización de su trabajo, podrán gozar de privilegios económicos.

## 7.2. Impacto Empresarial

CUADRO No.138

### IMPACTO EMPRESARIAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fortalecimiento empresarial						X		2
Mejoramiento competitivo							X	3
Incremento productivo						X		2
Crecimiento comercial						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>	<b>3</b>	<b>9</b>

Elaborado por: La autora

$$NI(EMPRESARIAL) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25 = 2$$

### ANÁLISIS:

**Fortalecimiento empresarial:** Para crear fortalecimiento institucional se realizará incentivos a todo el personal de la microempresa, para que la organización crezca y se convierta en líder del mercado de confecciones de prendas de vestir.

**Mejoramiento competitivo:** Con la aplicación de nuevas estrategias comerciales, se generará competitividad en el mercado, tratando siempre de mejorar en la calidad de los productos y satisfaciendo las expectativas de los clientes.

**Incremento productivo:** Al confeccionar y producto de calidad, manteniendo el debido cuidado en la elaboración de sus prendas, se puede incrementar la producción, y por ende mejorar sus rendimientos económicos.

**Crecimiento comercial:** Es una gran oportunidad para que el sector crezca comercialmente con el aparecimiento de empresas que generen empleo.

### 7.3. Impacto Comercial

CUADRO No. 139

#### IMPACTO COMERCIAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Inversión							X	3
Rentabilidad						X		2
Posicionamiento en el mercado						X		2
Competitividad						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>	<b>3</b>	<b>9</b>

Elaborado por: La autora

$$NI(EMPRESARIAL) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25 = 2$$

#### ANÁLISIS:

**Inversión:** Para la creación de la microempresa de confección se requiere de una alta inversión en maquinaria actualizada para la producción y confección de prendas de vestir.

**Rentabilidad:** Hoy en día existente una gran demanda de confección de prendas de vestir por parte de empresas distribuidoras de este tipo de productos, haciendo que el mercado se convierta más rentable y atractivo hacia la microempresa.

**Posicionamiento en el mercado:** Para posicionarse en el mercado, se ofrecerá un servicio de calidad, atendiendo todas las exigencias de nuestros clientes y buscar ser una microempresa líder en el mercado.

**Competitividad:** Para convertirse en una microempresa competitiva, se diseñarán estrategias básicas que permitirán llegar hacia el cliente.



#### 7.4. Impacto Ambiental

**CUADRO No. 140**  
**IMPACTO AMBIENTAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Tratamiento de desechos			X					-1
Contaminación auditiva			X					-1
Uso racional del espacio			X					-1
<b>TOTAL</b>			-3					<b>-3</b>

Elaborado por: La autora

$$NI(EMPRESARIAL) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{-3}{3}$$

$$NI = -1$$

**Tratamiento de desechos:** el tratamiento de desperdicios se realizará, primeramente mediante una clasificación por su naturaleza para ubicar el los recipientes adecuados y así evitar la mezcla de desechos orgánicos e inorgánicos.

**Contaminación auditiva:** al utilizar maquinaria y equipo de tecnología mejorada se reducirá significativamente la propagación de ruidos que podrían afectar al entorno.

**Uso racional del espacio:** se efectuará una distribución adecuada del espacio mediante un diseño, donde se pueda evitar la mala utilización del área donde funcionará la microempresa.

## 7.5. Impacto General

**CUADRO No. 141**  
**IMPACTO GENERAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Socio- Económico							X	3
Impacto Empresarial						X		2
Impacto Comercial						X		2
Impacto Ambiental			X					-1
<b>TOTAL</b>			-1			4	3	6

Elaborado por: La autora

$$NI(EMPRESARIAL) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{6}{4}$$

$$NI = 1,5$$

### ANÁLISIS:

En términos generales se puede manifestar que el proyecto generará un nivel medio positivo, de acuerdo a la matriz de valorización aplicada, lo cual se puede deducir que el proyecto es muy significativo; es decir; existirá una influencia social y económica generando calidad de vida, rentabilidad y posicionamiento en el mercado.

## CONCLUSIONES

- El diagnóstico situacional permitió caracterizar el sector donde se implementará la microempresa, entre los aspectos positivos que presenta la ciudad, se puede mencionar, que el lugar es eminentemente textil, con una población que posee experiencia en la actividad, como también las empresas de la ciudad dedicadas a la producción de prendas de vestir contratan servicios de confección periódicamente, lo que genera un gran atractivo para el proyecto.
- Efectuado el estudio de mercado se identificó que las empresas del sector textil buscan cada vez más los servicios de confección, con respecto a la oferta dentro de la ciudad es mínima, no cubre la alta demanda que existe por el servicio.
- Con el estudio técnico se determinó que Calle Juan Velazco y 2 de marzo es el lugar estratégico para ubicar a la futura microempresa, porque se encuentra en un sector que posee todos los servicios básicos para el buen desempeño de las actividades productivas.
- El análisis del estudio financiero permitió conocer los ingresos que generará la actividad, siendo estos adecuados para respaldar la inversión, aplicado los evaluados financieros que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo se demostró la factibilidad del proyecto.
- En la parte organizativa se estableció un modelo administrativo con el que la microempresa contará para el manejo eficiente de sus recursos tanto materiales como humanos.
- La evaluación de los impactos determinó que el proyecto generará efectos positivos en el entorno, debido a que su diseño contempla un modelo donde permite crecer el sector mejorando el desenvolvimiento de la actividad industrial con la participación activa del talento humano.

## RECOMENDACIONES

- Aprovechar el crecimiento del sector industrial de la ciudad de Atuntaqui, para poder llevar a cabo las actividades de la microempresa.
- Efectuar periódicamente sondeos de mercado para identificar oportunamente las necesidades que presenta el mercado meta al cual va dirigido el servicio, como también aplicar estrategias para captar en menor tiempo empresas que necesitan de los servicios de confección.
- Aprovechar la ubicación estratégica que tendrá la microempresa, siendo eficientes y oportunos al momento de brindar el servicio de confección.
- Evaluar periódicamente los niveles de ingresos y egresos para pronosticar adecuadamente el crecimiento económico de la microempresa.
- Realizar continuamente capacitaciones al talento humano, en aspectos de confección, procesos, atención al cliente, esto generará mayor competitividad en el mercado.
- Aplicar medidas preventivas acorde al cuidado del medio ambiente, en el tratamiento de desechos y demás afectaciones que se puedan originar el desarrollo de las actividades.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). Administración de Pequeñas Empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México D.F

AMARU, Antonio C. (2009) Fundamentos de Administración, Primera Edición, Pearson Educación, México.

AGUIRRE Juan Antonio, (2009). Introducción a la Evaluación Económica y Financiera de Inversión, Cuarta Edición, Editorial Prentice Hall.

ACHING, Guzmán C. (2007), en su obra guía Rápida Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia.

CZINKOTA Michael, (2010). Marketing Internacional, Cuarta Edición, Editorial McGraw Hill.

DÍAZ, M. Ángel. (2008) David y Goliat Iniciación del Proyecto. Primera Edición, Grupo Editor Alfaomega. México.

DÍAS CALLEJAS Osmin, (2009). Administración de Empresas, Tercera Edición, Editorial McGraw Hill.

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007) Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia Primera Edición, McGraw-Hill Interamericana. México.

FONTAINE R. Ernesto, (2008) Evaluación Social de Proyectos, Decimotercera Edición, Editorial PEARSON.

FLORES U. Juan, (2007) Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas, Primera Edición, Editorial Ecoe Ediciones Ltda. Colombia.

GALINDO, R. Carlos J. (2008) Manual para la Creación de Empresas. Tercera Edición, Ecoe Ediciones. Colombia.

GITMAN, Laurence J. (2007) Principios de Administración financiera. Décimo Primera Edición, Pearson Educación, México.

HINDLE Tim (2008). Management, Primera Edición, Editorial The Economist. Argentina.

HERNANDEZ SAMPIERI Roberto, (2009). Metodología de la Investigación, Segunda Edición, Editorial McGraw Hill.

JANY CASTRO José Nicolás, (2009). Investigación Integral de Mercados Avances para el Nuevo Milenio, Cuarta Edición, Editorial McGrawHill, Bogotá Colombia.

KOTLER, Philip. (2009) Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

KOONTZ, Harold, Heinz Weihrich, Mark Cannice (2008) Administración una Perspectiva Global y Empresarial, Décimo Tercera Edición, Mac Graw Hill, México.

LOVELOCK, Christopher, y WIRTZ Jochen.(2009). Marketing de Servicios. Sexta Edición. Pearson Educación México.

MUNCH Lourdes, (2010).Administración Gestión Organización Enfoques y Procesos Administrativo, Primera Edición, Editorial Prentice Hall Pearson, México.

NASSIR S. Chaín. (2007). Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación Primera Edición, Pearson Prentice Hall México.

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas. México.

MIRANDA Juan José, (2008). Gestión de Proyectos: identificación, formulación, Segunda Edición, Editorial MM.

ORTEGÓN, E., PACHECO, (2008). Metodología del Seguimiento y la Evaluación de Proyectos y Programas. Tercera Edición, Editorial McGraw Hill, Santiago de Chile.

PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent, (2009). Administre sus Recursos Humanos, Primera Edición, Editorial PALAO EDITORES SAC.

SAPAG, CH. Nassir, Año (2007). Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J., Año (2007). Fundamentos de Marketing, Decimocuarta edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012).Pequeñas Empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México D.F

STRONG Gary, (2012). Fundamentos de Mercadotecnia, Cuarta Edición, Editorial Prentice Hall.

ZAPATA, Sánchez Pedro, Año (2008). Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

### **LINCOGRAFÍA**

<http://laconfeccion.trovitargentina.com>.

<Http://es.scribd.com/doc/proceso-industrial-de-confeccion-de-ropa>.

<http://arevaloorejuelasarapatricia/proceso-de-confeccion-de-un-terno.html>.

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/31>

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/33@public>

[www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/136@public>



# ANEXOS

## **ANEXO A: ENCUESTA A DUEÑOS DE EMPRESAS TEXTILES**



### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

#### **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

#### **ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

##### **1. ¿Qué tipo de prendas fabrica?**

- Ropa infantil ( )
- Blusas ( )
- Leggins ( )
- Vestidos ( )
- Calentadores ( )
- Ropa interior ( )
- Otros ( )

##### **2. ¿Los diseños que utiliza en la fabricación de sus productos son?**

- Propios ( )
- De franquicias ( )
- Otros ( )

##### **3. ¿Los materiales utilizados para la producción son de origen?**

- De producción nacional ( )
- Importados ( )

##### **4. ¿El control de calidad aplica?**

- A la materia prima ( )
- Al proceso ( )

Al producto terminado ( )

En forma integral ( )

**5. ¿A qué tipo de mercado atiende?**

Local ( )

Regional ( )

Nacional ( )

**6. ¿El nivel de producción semanalmente es?**

Alto ( )

Medio ( )

Bajo ( )

**7. ¿Para efectuar la actividad textil posee financiamiento?**

Si ( )

No ( )

**8. ¿La rentabilidad de la actividad es?**

Muy rentable ( )

Poco rentable ( )

Nada rentable ( )

**9. ¿Para comercializar la producción que tipo de canal utiliza?**

Canal directo ( )

Canal indirecto ( )

Los dos ( )

**10. ¿Los precios de los productos que oferta son?**

Altos ( )

Medios ( )

Bajos ( )

**11. ¿Contrata servicios de confección de prendas de vestir para cubrir la demanda de sus productos?**

Si ( )

No ( )

**12. ¿Para hacer conocer sus productos que tipo de publicidad utiliza?**

TV ( )

Radio ( )

Prensa ( )

Internet ( )

Otros ( )

**13. ¿Cómo efectúa la selección e inducción del personal para el trabajo?**

Entrevistas ( )

Pruebas prácticas ( )

No aplica ( )

**14. ¿El talento humano que labora en su empresa es?**

Experimentado ( )

Capacitado permanentemente ( )

Con competencias específicas ( )

Otros ( )

**15. ¿El personal que colabora en la empresa que formación académica posee?**

Primaria ( )

Secundarias ( )

Superior ( )

Otras ( )

**16. ¿Las políticas salariales y la jornada laboral de su empresa se ajustan a?**

Normativa legal vigente ( )

Normativa legal con estímulos propios ( )

**17. ¿La estabilidad laboral está definida por?**

Contrato de trabajos ( )

Eficiencia laboral ( )

Otros ( )

**18. ¿Realiza capacitación a sus empleados?**

Siempre ( )

Casi siempre ( )

Nunca ( )

**19. ¿La empresa brinda seguridad laboral?**

Siempre ( )

Casi siempre ( )

Nunca ( )

## **ANEXO B: ENCUESTA A LAS EMPRESAS TEXTILES**



### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

#### **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

#### **CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

**1. ¿Para qué tipo de prenda de vestir utiliza con mayor frecuencia el servicio de confección?**

- |                |     |
|----------------|-----|
| Blusas         | ( ) |
| Leggins        | ( ) |
| Ternos de niña | ( ) |
| Vestidos       | ( ) |
| Calentadores   | ( ) |
| Ternos de baño | ( ) |

**2. ¿La calidad del servicio de confección que contrató es?**

- |         |     |
|---------|-----|
| Bueno   | ( ) |
| Regular | ( ) |
| Pésimo  | ( ) |

**3. ¿Cuál es el motivo para contratar servicios de confección de prendas de vestir?**

- |                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| Falta de mano de obra calificada | ( ) |
| Falta de infraestructura         | ( ) |
| Falta de maquinaria              | ( ) |
| Otros                            | ( ) |

**4. ¿Quién le brinda el servicio de confección?**

- Empresa ( )  
Taller ( )  
Persona particular ( )

**5. ¿De dónde es la empresa o persona que le brinda el servicio?**

- Local ( )  
Fuera de la ciudad ( )  
Regional ( )

**6. ¿Al momento de contratar el servicio de confección que aspecto toma en cuenta usted?**

- Oportunidad en la entrega ( )  
Experiencia en la confección ( )  
Mano de obra calificada ( )  
Otros ( )

**7. ¿Cuál es la frecuencia para contratar el servicio de confección de prendas de vestir?**

- Quincenal ( )  
Mensual ( )  
Trimestral ( )

**8. ¿Para cuántas docenas de prendas de vestir utiliza el servicio de confección mensualmente?**

**BLUSAS**

- Entre 5 a 15 docenas ( )  
Entre 15 a 25 docenas ( )  
Entre 25 a 35 docenas ( )

**LEGGINS**

- Entre 5 a 15 docenas ( )
- Entre 15 a 25 docenas ( )
- Entre 25 a 35 docenas ( )

**TERNOS DE NIÑA**

- Entre 5 a 15 docenas ( )
- Entre 15 a 25 docenas ( )
- Entre 25 a 35 docenas ( )

**VESTIDOS**

- Entre 5 a 15 docenas ( )
- Entre 15 a 25 docenas ( )
- Entre 25 a 35 docenas ( )

**CALENTADORES**

- Entre 5 a 15 docenas ( )
- Entre 15 a 25 docenas ( )
- Entre 25 a 35 docenas ( )

**TERNOS DE BAÑO**

- Entre 5 a 15 docenas ( )
- Entre 15 a 25 docenas ( )
- Entre 25 a 35 docenas ( )

**9. ¿Cómo considera el precio que pagó por el servicio de confección?**

- Alto ( )
- Medio ( )
- Bajo ( )



**10. ¿Cuál es el nivel de crecimiento anual de las ventas en las prendas de vestir?**

3% de incremento ( )

5% de incremento ( )

7% de incremento ( )

**11. ¿Por cual medio de comunicación le gustaria conocer acerca del servicio de confección de prendas de vestir?**

Tv ( )

Radio ( )

Prensa ( )

Material publicitario ( )

Internet ( )

## ANEXO C: ENCUESTA A LA COMPETENCIA



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

#### CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

**1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad?**

- Menos de 3 años ( )
- Entre 3 y 5 años ( )
- Más de 5 años ( )

**2. ¿Cómo considera la actividad de servicios de confección?**

- Muy rentable ( )
- Poco rentable ( )
- Nada rentable ( )

**3. ¿Cuáles fueron las razones por las que usted decidió dedicarse a este negocio?**

- Necesidad ( )
- Conocimiento ( )
- Tradición familiar ( )
- No existe en el sector ( )

**4. ¿Cuál de las siguientes prendas de vestir confecciona con mayor frecuencia?**

- Blusas ( )
- Leggins ( )

Ternos de niña	( )
Vestidos	( )
Calentadores	( )
Ternos de baño	( )

**5. ¿Cuál es la frecuencia de contratación del servicio que usted brinda?**

Quincenal	( )
Mensual	( )
Trimestral	( )

**6. ¿Cuántas docenas de prendas de vestir confecciona quincenalmente?**

**BLUSAS**

Entre 5 a 15 docenas	( )
Entre 15 a 25 docenas	( )
Entre 25 a 35 docenas	( )

**LEGGINS**

Entre 5 a 15 docenas	( )
Entre 15 a 25 docenas	( )
Entre 25 a 35 docenas	( )

**TERNOS DE NIÑA**

Entre 5 a 15 docenas	( )
Entre 15 a 25 docenas	( )
Entre 25 a 35 docenas	( )

**VESTIDOS**

Entre 5 a 15 docenas	( )
Entre 15 a 25 docenas	( )
Entre 25 a 35 docenas	( )

**CALENTADORES**

- Entre 5 a 15 docenas ( )  
Entre 15 a 25 docenas ( )  
Entre 25 a 35 docenas ( )

**TERNOS DE BAÑO**

- Entre 5 a 15 docenas ( )  
Entre 15 a 25 docenas ( )  
Entre 25 a 35 docenas ( )

**7. ¿Cuál es el precio por cada docena de prendas de vestir confeccionada?**

- Menos de 10 dólares la docena ( )  
Entre 10 y 20 dólares la docena ( )  
Más de 20 dólares ( )

**8. ¿El capital con el que cuenta es?**

- Propio ( )  
Financiado ( )  
Los dos anteriores ( )

**9. ¿El talento humano con el que usted cuenta es?**

- Calificado ( )  
Semi calificado ( )  
No calificado( )

**10. ¿Cuántos empleados laboran en la actividad?**

- Menos de 3 personas ( )  
Entre 3 a 6 personas ( )  
Más de 6 personas ( )

**11. ¿La maquinaria que usted dispone para la prestación del servicio es?**

Nueva ( )

Readecuada ( )

Antigua ( )

**12. ¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza para hacer conocer el servicio que brinda?**

Tv ( )

Radio ( )

Prensa ( )

Material publicitario ( )

Internet ( )

**ANEXO D: DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR**

**PRECIO PARA LA CONFECCIÓN DE BLUSAS EN DOCENAS**

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{8.134,07}{1.236}$$

$$CFu = 6,58$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{12.658,14}{1.236}$$

$$CVu = 10,24$$

$$\textbf{PRECIO} = CFu + CVu + 7\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 6,58 + 10,24 + 7\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 6,58 + 10,24 + 7\%(16,82)$$

$$\textbf{PRECIO} = 6,58 + 10,24 + 1,18$$

$$\textbf{PRECIO} = 18$$

El precio por la docena de blusas será 18 dólares

## PRECIO PARA LA CONFECCIÓN DE LEGGINS EN DOCENAS

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{2.132,23}{648}$$

$$CFu = 3,29$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{3.318,15}{648}$$

$$CVu = 5,12$$

$$\textbf{PRECIO} = CFu + CVu + 7\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 3,29 + 5,12 + 7\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 3,29 + 5,12 + 7\%(8,41)$$

$$\textbf{PRECIO} = 3,29 + 5,12 + 0,59$$

$$\textbf{PRECIO} = 9$$

El precio por la docena de leggins será 9 dólares

## PRECIO PARA LA CONFECCIÓN DE TERNO DE NIÑA EN DOCENAS

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{2.829,82}{516}$$

$$CFu = 5,48$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{4.403,72}{516}$$

$$CVu = 8,53$$

$$\textbf{PRECIO} = CFu + CVu + 7\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 5,48 + 8,53 + 7\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 5,48 + 8,53 + 7\%(14,02)$$

$$\textbf{PRECIO} = 5,48 + 8,53 + 0,99$$

$$\textbf{PRECIO} = 15$$

El precio por la docena de ternos de niña será 15 dólares



## PRECIO PARA LA CONFECCIÓN DE VESTIDOS EN DOCENAS

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{2.698,20}{492}$$

$$CFu = 5,48$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{4.198,90}{492}$$

$$CVu = 8,53$$

$$\textbf{PRECIO} = CFu + CVu + 7\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 5,48 + 8,53 + 7\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 5,48 + 8,53 + 7\%(14,02)$$

$$\textbf{PRECIO} = 5,48 + 8,53 + 0,99$$

$$\textbf{PRECIO} = 15$$

El precio por la docena de vestidos será 15 dólares

## PRECIO PARA LA CONFECCIÓN DE CALENTADORES EN DOCENAS

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{2.879,17}{300}$$

$$CFu = 9,60$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{4.480,53}{300}$$

$$CVu = 14,94$$

$$\textbf{PRECIO} = CFu + CVu + 7\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 9,60 + 14,94 + 7\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 9,60 + 14,94 + 7\%(24,53)$$

$$\textbf{PRECIO} = 9,60 + 14,94 + 1,71$$

$$\textbf{PRECIO} = 26,25$$

El precio por la docena de calentadores será 26,25 dólares

## PRECIO PARA LA CONFECCIÓN DE TERNOS DE BAÑO EN DOCENAS

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{1.974,29}{288}$$

$$CFu = 6,86$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{3.072,37}{288}$$

$$CVu = 10,67$$

$$\textbf{PRECIO} = CFu + CVu + 7\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 6,86 + 10,67 + 7\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 6,86 + 10,67 + 7\%(17,52)$$

$$\textbf{PRECIO} = 6,86 + 10,67 + 1,22$$

$$\textbf{PRECIO} = 18,75$$

El precio por la docena de ternos de baño será 18,75 dólares

## ANEXO E: COSTOS Y GASTOS MENSUALES

### MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cajas de repuestos agujas de máquinas	6	2,20	13,20
Cintas métricas	3	1,20	3,60
Cajas de Alfileres de 100 unidades	7	1,50	10,50
Tijeras	3	5,00	15,00
Folder para recubridora	1	15,00	15,00
<b>TOTAL MATERIALES INDIRECTOS</b>			<b>57,30</b>

### SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	30	360
Agua	10	120
<b>TOTAL</b>		<b>480</b>

### MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento maquinaria y equipo	15	180
<b>TOTAL</b>		<b>180</b>

### GASTOS

#### ARRIENDO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	250	3.000
<b>TOTAL</b>		<b>3.000</b>

## SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	30	360
Internet	20	240
<b>TOTAL</b>		<b>600</b>

## MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN

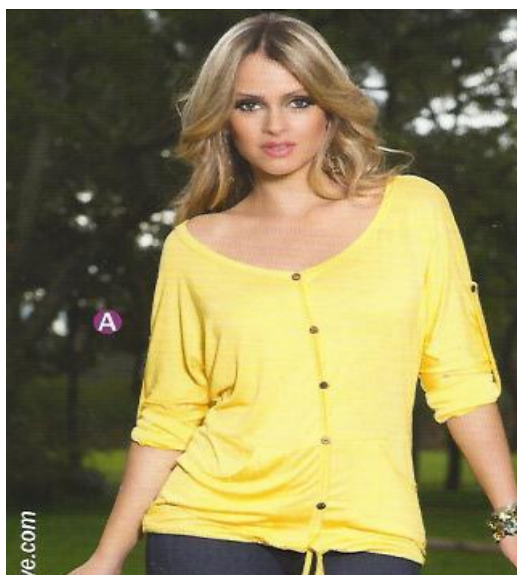
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	15	180
<b>TOTAL</b>		<b>180</b>

## PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	170,00	510,00
Prensa	80,00	240,00
Página web	24,00	288,00
<b>TOTAL</b>	<b>274,00</b>	<b>1038,00</b>

## ANEXO F: PROTOTIPOS DE PRENDAS DE VESTIR

### PROTOTIPO DE BLUSA



Fuente: Fotografía  
Elaborado por: La autora

### PROTOTIPO DE LEGGINS



Fuente: Fotografía  
Elaborado por: La autora

## PROTOTIPO DE TERNOS DE NIÑA



Fuente: Fotografía  
Elaborado por: La autora

## PROTOTIPO DE VESTIDOS



Fuente: Fotografía  
Elaborado por: La autora

## PROTOTIPO DE CALENTADORES



Fuente: Fotografía  
Elaborado por: La autora

## Ternos de baño

### PROTOTIPO DE TERNOS DE BAÑO



Fuente: Fotografía  
Elaborado por: La autora